

AR63

Winepear Business Reference Library  
University of Alberta  
1-18 Business Building  
Edmonton, Alberta T6G 2P8

# camco

2000 ANNUAL REPORT

brands	products	distribution channels	market focus
GE Monogram™	Refrigerators	Export/OEM	Niche manufacturer of Appliances for the North American Market
GE Profile™	Cooking Products	National Retailers	
GE™	Dishwashers	Regional Chain Stores	
Hotpoint™	Washers	Independent Retailers	Full Line Canadian Appliance Distributor
Moffat™	Dryers	Residential Builders	In-Home Service and Repair
McClary™	Microwaves		
Amana™	In-Home Service & Repair		
Private Label	Extended Appliance Warranties		
	Appliance Parts		



# financial highlights

Four Year Statistical Review (1997 – 2000)

(in thousands of dollars, except for per share amount)

	\$ 2000	\$ 1999	\$ 1998	\$ 1997
<b>Operations</b>				
Sales of products and services	<b>697,196</b>	638,336	565,305	539,791
Net income for the year	<b>14,091</b>	5,544	8,979	8,063
Percent to sales	<b>2.0%</b>	0.9 %	1.6 %	1.5 %
Earnings per share	<b>0.70</b>	0.28	0.45	0.40
Return on shareholders' equity	<b>39.1%</b>	7.2 %	11.9 %	11.6 %
Dividends paid	<b>1,200</b>	3,600	3,200	1,000
Dividends paid per share	<b>0.06</b>	0.18	0.16	0.05
<b>Balance Sheet</b>				
Working capital	<b>(12,808)</b>	(8,441)	(9,233)	5,445
Capital assets	<b>91,929</b>	94,004	85,314	68,601
Shareholders' equity				
Capital	<b>37,442</b>	37,442	37,442	37,442
Retained earnings	<b>(1,376)</b>	39,743	37,799	32,020
	<b>36,066</b>	77,185	75,241	69,462
Number of shares outstanding				
(in thousands)	<b>20,000</b>	20,000	20,000	20,000
Book value per share	<b>1.80</b>	3.86	3.76	3.47

## corporate profile

From its incorporation in 1977, Camco Inc. has become the largest Canadian manufacturer, marketer, exporter, distributor, and service provider of home appliances.

Camco has manufacturing facilities in Hamilton, Ontario and Montreal, Quebec, that produce ranges, refrigerators, dishwashers, and dryers. Camco also has a service network, run from our Customer Service Centre in Moncton, New Brunswick, that supplies trained technicians for in-home service across Canada coast-to-coast.

# letter to shareholders

## **To Our Shareholders**

The Year 2000 was very exciting for Camco as we made significant progress in key areas of our business – export manufacturing and Canadian sales and service. We grew sales by 9% to \$697 million and net income by 154% to \$14.1 million. We regained market share in Canada and became an even more important supplier to GE Appliances in the U.S. In August 2000, the Canadian International Trade Tribunal reached a decision to impose countervailing duties on certain unfairly traded dryers, dishwashers, and refrigerators imported into Canada from the U.S. This has leveled the playing field in Canada for at least five years. We launched exciting new web sites in 2000, most significantly being the GEApliances.ca site that has quickly become one of our most effective consumer marketing tools. All of these factors, along with an aggressive focus on cost management throughout the Company, created a foundation for the delivery of strong financial performance.

## **Export Manufacturing**

Our Montreal facility achieved yet another record production year driven by the export of dryers and dishwashers to GE Appliances (GEA). We continued to grow our share of GE brand dryers sold in the U.S. market, with sales volumes running significantly ahead of GEA's contractual obligations. Montreal's success is rooted in world-class quality created by the tools and rigor

of Six Sigma Quality discipline – in 2000 our dryers required so few service calls in the U.S. that Camco earned a "quality rebate" from GEA. We also continued to innovate. In the third quarter we introduced the "Wizard" dryer, the first electronic dryer manufactured by Camco which was paired to the "Wizard" electronic washer manufactured by GEA. These products set a new standard for clothes care and quality. In order to demonstrate their remarkable reliability, GEA took the unprecedented step of offering a 10-year warranty on both the washer and dryer.

The Hamilton facility had a more challenging year. The highlight was our 18 cubic foot Handi-Hite™ refrigerator volume growth in both Canada and the U.S. This innovative bottom mount refrigerator, the first in its size category and the first with a pullout freezer drawer, became the highest volume export product manufactured in Hamilton. Our sales of CustomStyle™ refrigerators in the U.S. were again disappointing as a result of significant price discounting of premium refrigerators. Looking forward, we invested \$11 million in Hamilton in 2000 (and expect to invest an additional \$5 million in 2001), to prepare our export refrigerator platforms for the U.S. Department of Energy regulations that come into effect on July 1, 2001. These regulations require a 30% reduction in energy usage.



### **Canadian Sales and Service**

We are proud of our performance in the Canadian market in 2000 – a year where we grew our sales by 4.3% despite a flat market. This growth was driven by great products, a focused sales, service and marketing team, and very importantly, by the leveling of the playing field. As was proven by the findings of the Canadian International Trade Tribunal, Camco was injured by the unfair tactics of appliance importers who were selling products in Canada well below U.S. prices and in some cases below their costs. Camco started experiencing growth in sales of dryers, dishwashers and refrigerators shortly after provisional duties were applied in June, and by the end of the year we regained market share in most of these product segments.

We also made great progress in developing new business models for selling appliances. In 2000 we started testing an appliance program with The Home Depot based on a distribution model that significantly reduces the cost of the order to delivery cycle. We also continued to open “GE Appliance Centres” in partnership with leading independent dealers across Canada. 2000 was the year that Camco started to leverage the enormous value of the GE brand in web based marketing and sales. We launched a “PartsNet” web site that allows customers to find and buy appliance parts faster and easier. We also launched “GEAppliances.ca”, a site that allows consumers to learn about GE brand

appliances at the start of their buying process. In cooperation with “Bid.com” we staged two dealer auctions as a new and innovative technique to liquidate excess inventory.

### **Amana**

At the end of December, we concluded an agreement to be the national distributor for Amana brand appliances in Canada. We began our relationship with Amana earlier in the year as their regional distributor in Quebec, the Atlantic Provinces, and in Western Canada. This win-win arrangement provides Amana with unique, national sales distribution and service capability. For Camco, it demonstrates our ability to leverage our tremendous Canadian infrastructure for new and complementary product lines.

### **Only the Beginning**

Our accomplishments are a precursor of what is yet to come. Much has been written in the past year about winning in the new economy. Never have leading brands or effective order fulfillment systems been so important. Consumer service – having knowledgeable employees available when consumers need them, is also critical. Camco is well positioned in these areas. We have, in GE, one of the most recognized and highly regarded brands in the world. With our national reach in sales, logistics, and consumer service, we have created a capability to touch and enhance value to dealers and consumers.

### **New Business Models**

With these building blocks, Camco is developing new business models with dealers, national accounts, and builders across Canada. We can save money, time, and improve product availability by linking our IT systems directly with our customers. We can use our web sites to educate consumers as they begin the buying process, and to help sales associates close on the sales floor. We can use the strength of our fully bilingual call centre in Moncton to back-up on-line processes and provide a human touch. And we can provide consumers with industry leading service when they need it with our national team of factory-trained technicians.

### **Electronic "E" Productivity**

Equally exciting is the opportunity to make Camco more productive using various "e-tools". We are driving a number of opportunities to digitize low value paper processes at Camco. In many cases we get a triple benefit from digitizing – we reduce cost, reduce cycle times and increase accuracy. These projects encompass everything from supplier transactions, internal plant processes, and the way we interact with our customers.

### **New Products**

Business processes are critical for Camco, but in the appliance industry, "product wins"! Camco's great success with Handi-Hite™ refrigerators will be extended this year with the introduction of the third generation, Department of Energy (DOE) compliant Handi-Hite™. We used the necessity of making an energy investment as an opportunity to significantly redesign this product. The new Handi-Hite™ includes many features and styling enhancements that will delight consumers in the U.S. and Canada.

In November 2000, we announced a \$3 million investment in our Montreal facility to manufacture a new generation of high-end dishwashers. This product will be very exciting and we expect strong sales in Canada. Finally, our multigenerational product plan for dryers promises significant new features to build on the success of the "Wizard". We take our position as a leading North American dryer supplier very seriously and we will commit the resources to ensure that we continue to lead in technology, features, quality and cost.

## Challenges

The appliance industry is never short of challenges. Camco is currently facing uncertainty regarding the future of manufacturing certain top freezer refrigerators in Hamilton as a result of impending Natural Resources Canada regulations.

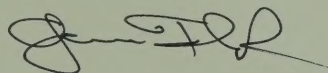
In striving to be a leader in energy conservation, we have joined the Canadian Industry Program for Energy Conservation (sponsored by Natural Resources Canada). This means that Camco will be establishing long term targets for energy efficiencies that reduce greenhouse gas emissions while improving cost competitiveness. We are also committed to improving our safety performance in all of our facilities. A rigorous program of new health and safety initiatives were introduced in 2000 and we will maintain uncompromising pressure and focus to improve performance in this area.

Finally, the U.S. and Canadian markets are unlikely to provide us with the same level of "economic tailwind" that they did in 2000. Our commitment as a management team is to use the strengths of our Company – great brands and products, industry leading business models and a relentless cost focus – to ensure that we win even in this challenging environment.

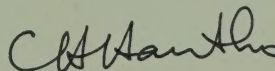
## Speed, Simplicity and Self-Confidence

The glue that binds these initiatives together is people. Given the right environment, people can achieve extraordinary results. "Speed, Simplicity and Self-Confidence" is not a hollow slogan at Camco. Our teams are empowered to act quickly, make decisions, and then take responsibility for those decisions. In our fast paced environment, we don't have room for spectators or critics. We must see change as an opportunity to win, not as a threat. We need to wake up every day energized and ready to play offence, whether our task is to sell more or to spend less. This will not only make Camco a winner in the market, but will also make it an invigorating and exciting place to work.

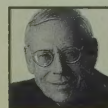
Thank you for your support in 2000 and we look forward to an exciting future together.



James R. Fleck  
President and Chief Executive Officer



Charles H. Hantho  
Chairman

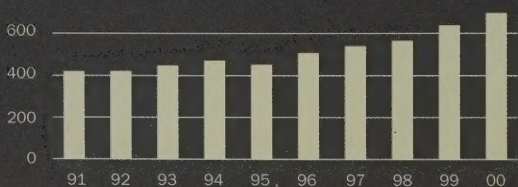




# net sales billed

*2000 record sales capping a decade of consistent revenue growth.*

expressed in millions of dollars





# management discussion and analysis

## Financial Highlights

Significant achievements in 2000:

- Net sales of \$697.2 million, surpassing last years record level of \$638.3 million
- Highest export sales in Camco's history of \$307.4 million, an increase of 16% over 1999
- Continued investment in products, productivity and quality programs totaling \$24.7 million

## Results of Operations

Revenues in 2000 of \$697.2 million for both products and services surpassed last year's record level of \$638.3 million. The sales growth helped to contribute to Camco's net income of \$14.1 million compared to the prior year's level of \$5.5 million. Earnings were favourably influenced by the after tax impact of the increased sales volume of \$4.2 million, non-recurring start up costs incurred on the CustomStyle™ refrigerator during 1999 of \$2.5 million (\$4.1 million pretax) and other lower costs of \$1.9 million.

The Company operates principally in the North American market, and must manufacture and sell products that are competitive in price, quality and features to succeed in this dynamic industry. In 2000, the Canadian appliance industry grew a modest 0.5% after substantial growth of 8.7% in 1999. According to data provided by the Canadian Appliance Manufacturers Association, shipments of major core appliance products in

the retail segment (measured in units sold), dropped by 0.5% in 2000 versus growth in 1999 of 8.7%. The builder/developer segment of the Canadian market showed growth of 6.2% versus 1999 growth of 8.7%. According to the data provided by the Association of Home Appliance Manufacturers, the U.S. appliance industry shipments of core products, measured in units sold, increased 1.9% in 2000 versus 7.8% in 1999.

Camco's export sales are principally to its largest customer, the Appliance Division of General Electric Company (GEA). Sales of dryers, dishwashers and the CustomStyle™ and HandiHite™ refrigerators contributed to all time high export sales of \$307.4 million, up 16% from 1999 sales of \$264.2 million. Exports now represent 44% of Camco's total sales, compared to 41% in 1999.

Despite the lower growth in the Canadian appliance industry, Camco's domestic sales in appliances and consumer services increased from \$374.1 million in 1999 to \$389.8 million in 2000. Camco's domestic core appliance sales increased by 4% despite continuing price reductions and massive importation by appliance importers during the 1st quarter and a weakening market in the 4th quarter. Counteracting the adverse market conditions were the implementation of import duties on





**www**  
**geappliances**  
**.ca**

*Camco's new Website is rich in  
consumer information and easy  
to navigate.*



selected dryers, dishwashers and refrigerators. Camco's market share increased from the prior year for the first time in over a decade. The impact of the duties applied by the Countervailing Directorate of the Canada Customs and Revenue Agency (CCRA) and the rulings of the Canadian International Trade Tribunal (CITT) are further discussed in the "Dumping Complaint Against Frigidaire and Whirlpool" section below.

Comparative results for 2000 and 1999 are (in 000's except for per share amount):

	\$	\$
	2000	1999
Sales of Products and Services:		
Domestic Sales	<b>389.8</b>	374.1
Export Sales	<b>307.4</b>	264.2
Total Sales of Products and Services	<b>697.2</b>	638.3
Income from Operations	<b>23.3</b>	9.8
Net Income for the Year	<b>14.1</b>	5.5
Earnings per Share	<b>0.70</b>	0.28
Return on Shareholders' Equity	<b>37.4%</b>	7.5%

Income from operations of \$23.3 million was up \$13.5 million from 1999. Higher margin generated by additional sales volume and lower programmed, restructuring and start-up costs accounted for most of the higher income. Employee compensation, materials, supplies, services and other expenses increased 8.7%

reflecting costs associated with higher sales volume. As a result of increased export shipments, Camco generated a U.S. dollar surplus of \$15.0 million compared to a \$19.0 million dollar usage in 1999. This was the first instance in Camco's history that a U.S. dollar surplus was generated.

During the year Camco invested \$1.4 million on E-Business. This investment was highlighted by the July launching of Camco's website: [GEAppliances.ca](http://GEAppliances.ca)

### Liquidity and Capital Resources

Camco ended 2000 with cash of \$13.8 million compared with \$26.7 million in 1999. The primary use of cash was to reduce debt by \$13.3 million. The Company ended the year with debt of \$14.9 million compared with \$28.2 at the end of 1999.

The Company reduced the amount sold under the receivables securitization program to \$55.0 million from \$60.0 million. Accounts Receivables increased by \$1.3 million from 1999 with stronger collections offsetting the reduction in receivables sold.

Camco continued its strategy to invest in niche products for the North American market, although expenditures were lower than the extremely high levels of the past few years. Capital investments were \$14.0 million versus

\$23.4 million in 1999. In addition, \$10.7 million of expense was incurred on new products, quality and productivity programs.

A dividend of \$1.2 million was paid in 2000 down from \$3.6 million paid in 1999.

Camco manages its exposure to exchange rate fluctuations through a periodic review of net commitments and the selective use of a variety of currency hedging instruments. For review and analysis on the Company's financial instruments, please see note 17 accompanying the financial statements.

### **Factors Affecting Current and Future Operations**

Camco's Strategic Vision to maximize customer and shareholder value is as follows:

*1 Manufacture appliances that Camco can competitively produce for North American markets and source products it does not manufacture from the best global suppliers.*

In 2000, Camco shipped products to 24 countries around the world. The majority of exports were to GEA and its affiliates. Camco's ability to maintain this relationship and to profitably sell products is dependent upon Camco being competitive in price, quality, features and delivery in the North American market.

Two long-term supply agreements with GEA provide base-load access to North American and Global markets for products produced in Camco's manufacturing facilities:

(1) The current dryer agreement, reached in March 1999, is effective through to December 31, 2003. This agreement provides for Camco to supply certain models of dryers to GEA with purchase guarantees of a minimum quantity of 2.7 million dryers with an anticipated sales value in excess of \$600 million during the term of the agreement. Export sales to GEA during 2000 reached a record level of 879,000 units, exceeding contract minimums by 60%. There is no guarantee that 2000 export levels will be maintained.

(2) The second agreement reached in 1996 running through to 2006, provides for Camco to supply to GEA CustomStyle™ refrigerator products from its Hamilton facility. Although sales of this product have not reached expected levels, contract commitments by GEA have been met.

In addition to the two aforementioned agreements, export sales to GEA of the 18 cubic foot HandiHite™ bottom-mount refrigerator, which was first introduced in February 1998, have exceeded expectations. A second Handi-Hite™ configuration which



incorporated a freezer drawer model with Slide n' Store™ options has proven to be an extremely popular enhancement. Overall the Handi-Hite™ product has exceeded original sales expectations in both the Canadian and U.S. markets with export sales up over 350% from 2000 targets.

During 2000 and 2001, Camco will have invested \$16 million to upgrade 18 cubic foot Handi-Hite™, CustomStyle™ and 12 cubic foot refrigeration platforms to meet new energy standards for the U.S. market which becomes effective July 1, 2001. This investment provides Camco with the ability to continue exporting niche refrigeration platforms to GEA well beyond 2001.

As previously highlighted, Camco announced in November 2000, a \$3 million investment in its Montreal plant to produce an innovative high-end electronic dishwasher for the Canadian domestic market. This investment also positions Camco well for further exports to GEA pending U.S. market demands.

Camco announced in late 1999 an agreement with a non-affiliate vendor for the supply of 16 and 18 cubic foot top mount refrigeration products. By mutual consent, this agreement has been cancelled. Camco is currently evaluating several viable options to ensure the

continued availability of these products with a final decision to be made by mid 2001.

*2 Expanding Camco's position as the leading full line marketer of major appliances in Canada by seeking opportunities to leverage the Company's Canadian distribution strengths, working with customers to define alternative retail formats, and offering complimentary products.*

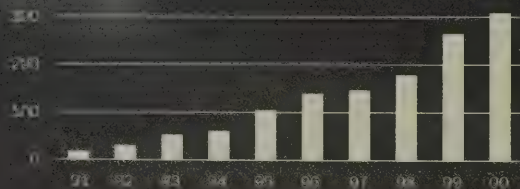
Camco and Amana Corporation announced early in 2000 an agreement that Camco would be Amana's primary distributor and servicer for its full line of home appliance products in Canada with the exception of the province of Ontario. In January of 2001, Camco and Amana amended this agreement establishing Camco as Amana's exclusive distributor for all of Canada. This will enable Camco and Amana to enjoy synergies from Camco's existing national sales, distribution, call centre, and service infrastructure.

As mentioned in previous annual reports, the Canadian appliance retail sector has undergone many changes during the 1990s with the emergence of strong national retailers and e-commerce technology. In this intensely competitive environment, small independent retailers have been particularly hard hit. Camco has been looking for ways to leverage

# total exports

*Export growth is being fuelled by  
a strategy to manufacture niche  
products for North American markets.*

expressed in millions of dollars





the Company's distribution strengths and resources to better support all of Camco's retail customers during these changing times. During 1996 and 1997 Camco conducted research into various appliance retailing concepts. Since then Camco has worked with and provided assistance to numerous retail customers to develop a Camco-only brand retail format. With further expansion anticipated in 2001, there are now 33 independently owned stores operating with this successful new format.

In conjunction with GEA, Camco entered into a distribution partnership with The Home Depot. As Home Depot expands its in-store appliance program, Camco is providing e-business and home delivery capabilities to their Canadian operations. Reductions in the cost of the order to delivery cycle, improvements in customer fulfillment and increased customer satisfaction are the result of using leading edge process technology. Camco is proud to be an important partner of Home Depot and looks forward to the growth opportunity that this new initiative represents.

*3 Expand In-home Service Repair business by utilizing Camco's national network of trained technicians and support facilities, including the Moncton Customer Service Centre.*

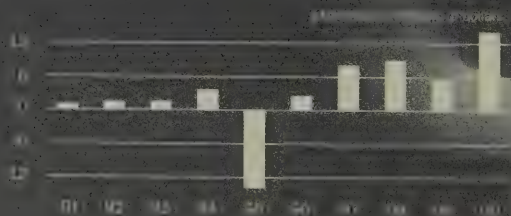
In January 1999, Camco signed an agreement with the T. Eaton Company to acquire certain assets related to its After Sales Service Business. The agreement gave Camco the right to Eaton's customer database for the purpose of soliciting warranty contract renewals. The Amana Distribution and Service agreement has and will continue to add to this growth.

Focus of the In-home service business during 2000 centered on improving customer service levels at the Moncton Customer Service Centre, increasing the number of first call completions, cost control, and growing market share in a contracting market. As a result, 2000 revenues grew slightly, service levels were improved and cost reduction actions contributed to earnings improvement.

Two important projects that were initiated in 2000 include: (1) Implementing RF (radio frequency) technology to link, in real time, Camco's service technicians across Canada with central dispatch located in Moncton, and (2) automating the Central Parts Warehouse. Both these projects are focused on improving customer service levels and digitizing processes. Investment in these two projects will be \$2 million with full implementation during 2001.

# net income

*Highest net income since 1989.*





#### *4 Grow and diversify the revenue base through prudent business development.*

The Eaton's agreement represented a small, but significant step to grow and diversify Camco's revenue base. While the first three elements of the strategy deal with re-positioning the existing business, the fourth element represents growing shareholder value potentially beyond the traditional five core appliance lines, beyond the borders of Canada, and into non-GEA related products and/or services. Although Camco's focus during the next few years will be to continue repositioning and expanding current operating components, the Company is ready to respond quickly when opportunities such as the Eaton's prospect become available.

#### **Corporate Governance**

The four elements of Camco's strategic vision, outlined above, have been developed in concurrence with the objectives of the Board of Directors to realize maximum shareholder value. Detailed corporate governance disclosure, as it relates to the Board of Directors, is incorporated into Camco's 2000 Management Proxy Circular.

#### **Energy Legislation**

In 1997, the U.S. Department of Energy issued a new refrigerator energy efficiency standard effective July 1, 2001. The mandate requires an average energy consumption improvement of 30% over current levels. This requires manufacturers to invest in production and new product technologies to achieve the energy savings. The Canadian Government has adopted a similar requirement effective July 2001, for all refrigerators sold in Canada, except for 16 and 18 cubic foot top freezer refrigerators. The implementation date for the latter is proposed to be December 2002. Camco is in the process of converting its niche North American refrigerator products that include the 12 cubic foot top freezer, the HandiHite™ and the CustomStyle™ in order to comply with the July 1, 2001 standard. Investment to comply with these requirements is expected to be in the \$16.0 million range with \$11.0 million incurred in 2000. Camco's current plans are to phase out production of the 16 and 18 cubic foot top freezer products in the Hamilton facility by December 2002, and will begin sourcing these products. The amount of future restructuring costs related to this phase-out will be influenced by the sales and production levels of the other products manufactured in Hamilton at that time.

### **Dumping Complaint Against Frigidaire and Whirlpool**

As mentioned in last year's annual report, Canada Customs and Revenue Agency (CCRA) announced in November 1999 that it had initiated an investigation into the dumping of certain top-mount refrigerators, electric household dishwashers, and gas and electric laundry dryers from the U.S. The items being investigated are produced for, or by, White Consolidated Industries Inc. (WCI or Frigidaire Canada) and Whirlpool Corp. (Inglis Canada). This investigation was initiated as a result of a complaint made by Camco that the dumping of these goods were causing harm in the form of lost market share, lost sales, price suppression, price and margin erosion and lost profitability.

Dumping occurs when goods are sold to importers in Canada at prices that are less than selling prices in the exporter's domestic market, or below the foreign producer's cost. Canada's anti-dumping law protects Canadian producers from the damaging effects of unfair import trade. The CCRA reached a preliminary decision on April 3, 2000, imposing provisional dumping duties on Whirlpool and WCI related to the importation of subject refrigerators, dishwashers, and dryers. At that point in time the CCRA referred the case to the Canadian International Trade Tribunal (CITT) to determine if the dumping of the subject goods had caused financial injury to Camco. After a thorough and

extensive investigation, with all related parties involved, the CITT ruled on August 1, 2000, that Camco had suffered financial injuries as a result of dumping by the two U.S. appliance manufacturers. With this determination in place, dumping duties as announced by the CCRA on June 30th, 2000, would remain in effect for the next 5 years.

With the dumping duties in place, (average duty of 12% but varied from a low of 5.9 % on Frigidaire refrigerators to a high of 18.9% on Whirlpool dryers), Camco was able to compete on a level playing field. Results in the 4th quarter reflected some positive improvements in margins and volumes as previously lost business, due to unfair pricing practices, returned to Camco.

Camco will continue to monitor market activities to ensure that dumping practices by non-Canadian manufacturers are brought to the attention of the appropriate Canadian authorities.

### **Outstanding Litigation**

GSW Inc. ("GSW"), which holds approximately 20% of Camco's shares, commenced an action in late 2000 against General Electric Company, GE Canada Inc. (collectively, "GE") and Camco alleging that GE's conduct has been oppressive to Camco and its minority shareholders. GSW has requested the court to order that GE make an offer to purchase the shares held by minority shareholders of Camco at fair value,



as determined by the court. No allegations have been made against, and no remedy has been sought from, Camco. GE has denied the allegations which have been made against it, contends that the action is not in the best interests of Camco or the minority shareholders and has asked the court to dismiss the action. The action could take several years to resolve and is not expected to affect the day to day operations of Camco's business.

#### **Employee Future Benefits Accounting Standards Change**

On January 1, 2000, Camco adopted, on a retroactive basis without restatement, Section 3461 of the CICA Handbook entitled "Employee Future Benefits". This section changed Camco's policy for accounting for post retirement benefits other than pension, from recognizing the cost under the "pay as you go" method to the accrual method. In addition, the discount rate used to determine the accrued pension benefit obligation was required to be tied to a market interest rate for long term debt instruments, which is a lower rate than what was used by Camco in prior years. The adoption of Section 3461 for pension and post retirement benefits other than pension, resulted in a non-cash, net of tax, one-time charge to retained earnings of \$54.0 million.

#### **Summary**

Camco's success in implementing its manufacturing strategy of focusing investment on niche North American products is evidenced by double-digit growth in export sales. The outlook in this area remains positive, although the transition is still far from complete, particularly in the<sup>1</sup> Hamilton facility.

The Company is positioning itself very favourably in the domestic appliance market as well. With the implementation of dumping duties and the subsequent leveling of the Canadian appliance playing field, the development of unique distribution and "e" business capabilities, and a tenacious focus on cost performance, Camco's Canadian presence is being solidified.

# auditor's report

## **To the Shareholders of Camco Inc.,**

We have audited the balance sheets of CAMCO INC. as at December 31, 2000 and 1999 and the statements of income, retained earnings (deficit) and cash flows for the years then ended. These financial statements are the responsibility of the Company's management. Our responsibility is to express an opinion on these financial statements based on our audits.

We conducted our audits in accordance with Canadian generally accepted auditing standards. Those standards require that we plan and perform an audit to obtain reasonable assurance whether the financial statements are free of material misstatement. An audit includes examining, on a test basis, evidence supporting the amounts and disclosures in the financial statements. An audit also includes assessing the accounting principles used and significant estimates made by management, as well as evaluating the overall financial statement presentation.

In our opinion, these financial statements present fairly, in all material respects, the financial position of the Company as at December 31, 2000 and 1999 and the results of its operations and its cash flows for the years then ended in accordance with Canadian generally accepted accounting principles.

*Arthur Andersen LLP*

January 19, 2001

Mississauga, Canada



# balance sheets

December 31, 2000 and 1999  
(In thousands of dollars)

	\$ 2000	\$ 1999
<b>Assets</b>		
<i>Current Assets</i>		
Cash and cash equivalents (Note 2)	13,767	26,704
Accounts receivable (Note 4)	18,588	17,291
Inventories (Note 5)	62,557	53,676
Income taxes recoverable	2,395	3,642
Future income taxes (Note 11)	9,605	8,427
Prepaid expenses and other assets	2,306	1,272
	<b>109,218</b>	<b>111,012</b>
<i>Future Income Taxes</i>	<b>3,298</b>	<b>—</b>
<i>Capital Assets (Note 6)</i>	<b>91,929</b>	<b>94,004</b>
<i>Accrued Benefit Asset (Notes 3, 7, 14)</i>	<b>1,927</b>	<b>29,139</b>
	<b>206,372</b>	<b>234,155</b>
<b>Liabilities</b>		
<i>Current Liabilities</i>		
Accounts payable and accrued liabilities (Note 12)	108,730	106,157
Current portion of long-term debt (Note 8)	13,296	13,296
	<b>122,026</b>	<b>119,453</b>
<i>Future Income Taxes (Note 11)</i>	<b>—</b>	<b>19,778</b>
<i>Long-Term Debt (Note 8)</i>	<b>1,592</b>	<b>14,888</b>
<i>Other Long-Term Liabilities (Notes 3, 14)</i>	<b>46,688</b>	<b>2,851</b>
<b>Shareholders Equity</b>		
Common shares		
Authorized – unlimited		
Issued and outstanding – 20 million shares	37,442	37,442
Retained earnings (deficit) (Note 3)	(1,376)	39,743
	<b>36,066</b>	<b>77,185</b>
	<b>206,372</b>	<b>234,155</b>

Approved on behalf of the Board:



Director



Director

# statements of income

For the years ended December 31, 2000 and 1999  
(In thousands of dollars)

	\$ 2000	\$ 1999
<b>Sales of Products and Services</b>	<b>697,196</b>	638,336
<i>Operating Costs</i>		
Employee compensation, including benefits	<b>140,304</b>	135,853
Material, supplies, services and other costs	<b>533,610</b>	484,008
	<b>673,914</b>	619,861
<i>Income From Operations Before Start Up Costs and Restructuring Costs</i>	<b>23,282</b>	18,475
CustomStyle™ Refrigerator Start Up Costs (Note 9)	—	(4,058)
Restructuring Costs (Note 10)	—	(4,647)
<i>Income From Operations</i>	<b>23,282</b>	9,770
<i>Interest and Other Expenses, net</i>	<b>(553)</b>	(696)
<i>Income Before Income Taxes</i>	<b>22,729</b>	9,074
<i>Income Taxes (Note 11)</i>	<b>(8,638)</b>	(3,530)
<b>Net Income</b>	<b>14,091</b>	5,544
<i>Earnings Per Share</i>	<b>0.70</b>	0.28

# statements of retained earnings

For the years ended December 31, 2000 and 1999  
(In thousands of dollars)

	\$ 2000	\$ 1999
<i>Retained Earnings, beginning of year</i>	<b>39,743</b>	37,799
<i>Adjustment to Reflect Change in Accounting for Future Employee Benefits (Note 3)</i>	<b>(54,010)</b>	—
<i>Adjusted Retained Earnings (deficit)</i>	<b>(14,267)</b>	37,799
<i>Net Income</i>	<b>14,091</b>	5,544
<i>Dividends, declared and paid</i>	<b>(1,200)</b>	(3,600)
<b>Retained Earnings (deficit), end of year</b>	<b>(1,376)</b>	39,743



# statements of cash flows

For the years ended December 31, 2000 and 1999  
(In thousands of dollars)

	\$ 2000	\$ 1999
<b>Operating Activities</b>		
Net income	14,091	5,544
Add items not affecting cash		
Depreciation and amortization	16,059	14,683
Post employment benefits	6,329	5,476
Future income taxes	6,126	3,608
	42,605	29,311
Accounts receivable	2,253	(6,582)
Inventories	(8,881)	(11,625)
Income taxes recoverable	1,247	(1,444)
Prepays and other assets	(1,034)	(130)
Accounts payable and accrued liabilities	4,023	8,028
Post employment benefits funding	(19,670)	(15,238)
	20,543	2,320
<b>Investing Activities</b>		
Capital asset additions	(13,984)	(23,384)
Proceeds on disposal of capital assets	-	11
	(13,984)	(23,373)
<b>Financing Activities</b>		
Dividends	(1,200)	(3,600)
Sale of accounts receivable	(5,000)	10,000
Increase in long-term debt	-	25,000
Repayment of long-term debt	(13,296)	(796)
	(19,496)	30,604
<b>Increase/(decrease) in Cash and Cash Equivalents</b>	<b>(12,937)</b>	<b>9,551</b>
<i>Cash and Cash Equivalents, beginning of year</i>	<i>26,704</i>	<i>17,153</i>
<b>Cash and Cash equivalents, end of year</b>	<b>13,767</b>	<b>26,704</b>
Cash and cash equivalents is represented by:		
Cash	8,770	26,704
Short-term investments, at cost which approximates market:		
Commercial Paper	4,997	-
	13,767	26,704
Cash flows include the following elements:		
Interest paid	1,243	977
Income taxes paid	481	528

# notes to financial statements

December 31, 2000 and 1999  
(In thousands of dollars)

## 1. Nature of Business

Camco Inc. ("the Company") is incorporated under the laws of Canada. The Company's majority shareholder is General Electric Canada Inc. ("GE") and its largest minority shareholder is GSW Inc. The outstanding common shares of the Company are listed on the Toronto Stock Exchange. The Company manufactures and distributes major household appliances in Canada and also exports product primarily to the United States.

## 2. Significant Accounting Policies

### *Sales of products and services*

Sales of products and services to customers are reported when title to products passes to the customer or when services are performed. Sales are net of customer volume rebates and cash discounts.

### *Cash and cash equivalents*

Cash is represented by cash on hand. Cash equivalents are short term, highly liquid investments that are readily convertible to known amounts of cash, have a maturity of less than 3 months and which are subject to an insignificant risk of change in value.

### *Inventories*

Raw materials and work in progress inventories are recorded at the lower of cost and replacement cost. Finished goods inventories are recorded at the lower of cost and net realizable value. Cost is determined using the first-in, first-out method and comprises the cost of material, direct labour and applied manufacturing overhead.

### *Capital assets and accumulated depreciation*

Capital assets are stated at cost less related investment tax credits and government incentives.

Capital assets are depreciated using a sum of the years' digits method based on the estimated useful lives of the assets as follows:

Buildings	10 to 40 years
Machinery and equipment	4 to 20 years

Tooling and software expenditures are capitalized and amortized over 5 years using the straight-line method.

Maintenance and repair expenditures are expensed as incurred.

### *Income taxes*

The Company follows the liability method of income tax allocation. Under this method, future tax assets and liabilities are determined based on differences between the financial reporting and tax bases of assets and liabilities, and measured using the substantially enacted tax rates and laws that will be in effect when the differences are expected to reverse. The Company provides a valuation allowance to reduce future tax assets when it appears likely that the asset will not be realized.

### *Product warranty costs*

Anticipated future costs of product warranties are expensed in the year the product is sold or as soon as an issue is identified.

### *Foreign currency translation*

Foreign currency assets and liabilities are translated at the rate of exchange prevailing at the balance sheet date. Foreign currency revenues and expenses are translated at the rates prevailing at the transaction date. Gains and losses on current monetary assets and liabilities resulting from the translation of foreign currencies are recognized in the statement of income during the year in which they arise.



#### *Employee benefit plans*

The Company accrues its obligations under employee benefit plans and the related costs, net of plan assets. The Company has adopted the following policies:

The cost of pensions and other retirement benefits earned by employees is actuarially determined using the projected benefit method pro rated on service and management's best estimate of expected plan investment performance, salary escalation, retirement ages of employees and expected health care costs.

For the purpose of calculating the expected return on plan assets, those assets are valued at fair value. Past service costs from plan amendments are amortized on a straight-line basis over the average remaining service period of employees active at the date of amendment.

The excess of the net actuarial gain (loss) over 10% of the greater of the benefit obligation and the fair value of plan assets is amortized over the average remaining service period of active employees. The average remaining service period of the active employees covered by the pension plan is 13 years. The average remaining service period of the active employees covered by the other retirement benefits plan is 13 years.

#### *Use of estimates*

The preparation of financial statements in accordance with Canadian generally accepted accounting principles requires management to make estimates and assumptions. These estimates and assumptions affect the reported amounts of assets and liabilities, disclosures of contingencies at the date of the financial statements and the reported amounts of revenues and expenses during the reporting period. Actual results could differ from the estimates.

### **3. Change in Accounting Policy in the Year 2000**

On January 1, 2000 the Company adopted, on a retroactive basis without restatement, Section 3461 of the CICA Handbook entitled "Employee Future Benefits". The adoption of this Section has resulted in a significant transitional obligation for all of the Company's pension and other post retirement benefit plans in the amount of \$54,010. This amount, which is net of tax, has been charged to opening retained earnings. The current year post employment benefit expense was \$6,329. Had the Company continued to apply its previous accounting policies, the post employment benefit expense for the period would not have differed materially from the comparative prior amount of \$5,476.

### **4. Accounts Receivable**

The Company is party to an accounts receivable securitization agreement whereby it sells, on a revolving basis, trade and related party receivables, with limited recourse. At December 31, 2000, \$55,000 (1999 – \$60,000) of receivables were sold under this agreement. The agreement may be terminated, under certain conditions at any time by the Company or the purchaser and, in any event, on September 27, 2003.

## 5. Inventories

	\$	\$
	2000	1999
Finished goods	48,181	38,500
Raw materials and work in progress	14,376	15,176
	62,557	53,676

## 6. Capital Assets

	2000		
	\$	\$	\$
	Cost	Accumulated Depreciation/Amortization	Net Book Value
Land	3,577	—	3,577
Buildings	35,675	18,146	17,529
Machinery and equipment	135,619	87,718	47,901
Software	8,317	2,007	6,310
Tooling	30,131	16,218	13,913
Construction-in-progress	2,699	—	2,699
	216,018	124,089	91,929

	1999		
	\$	\$	\$
	Cost	Accumulated Depreciation/Amortization	Net Book Value
Land	3,577	—	3,577
Buildings	33,455	16,424	17,031
Machinery and equipment	132,762	79,255	53,507
Software	8,492	2,338	6,154
Tooling	24,132	12,107	12,025
Construction-in-progress	1,710	—	1,710
	204,128	110,124	94,004

The estimated amount required to complete approved capital projects as at December 31, 2000 is \$3,687 (1999 – \$10,200). In addition, the Company has commitments of approximately \$2,915 (1999 – \$5,800) for related expenses associated with these capital projects.

## 7. Accrued Benefit Asset

The accrued benefit asset comprises the cumulative excess of pension funding over pension expense at December 31. The adoption of Section 3461, "Employees Future Benefits" (Note 3), resulted in a significant decrease in the asset.

## 8. Financing Arrangements

At December 31, 2000, the Company had credit facilities consisting of:

- Operating line of credit of up to \$35,000 (1999 – \$25,000), of which letter of credits of \$9,500 were outstanding at December 31, 2000 and 1999. At the option of the Company, the operating line of credit may be used by requesting prime rate advances in Canadian dollars, bankers acceptances in Canadian dollars, base rate advances in U.S. dollars, LIBOR advances in U.S. dollars, or Letters of Credit in either Canadian or U.S. dollars.
- Term loan of \$12,500 (1999 – \$25,000) repayable by the Company at any time and reduced by \$3,125 quarterly through 2001. At the option of the Company, the term loan may be used by requesting prime rate advances in Canadian dollars, bankers acceptances in Canadian dollars, base rate advances in U.S. dollars, or LIBOR advances in U.S. dollars. At December 31, 2000, bankers' acceptances of \$12,500 (1999 – \$25,000) were utilized.
- In December 1993, the Government of Canada and the Government of Quebec offered a repayable interest free loan up to a maximum of \$4,000 to the Company to implement and complete the dryer leadership project no later than October 1, 1997. The Company received a total of \$3,980. The loan is to be repaid in five annual installments of \$796 beginning October 1, 1999.

The interest rate on the operating line of credit and term loan for prime based loans is Canadian prime. The interest rate on the operating line of credit and term loan for bankers acceptances, base rate advances and LIBOR advances is the applicable rate at the time of application.

Long-term debt comprises:

	\$	\$
	2000	1999
Term loan	12,500	25,000
Government loans	2,388	3,184
	14,888	28,184
Less: Current portion	13,296	13,296
	1,592	14,888

The Company has agreed to meet certain financial covenants and conditions with respect to their operating line of credit and term loan, all of which have been satisfied at December 31, 2000. The Company has pledged substantially all assets as collateral for the operating line of credit and term loan.

Interest expense on financing arrangements approximated \$1,243 (1999 – \$977).

#### 9. CustomStyle™ Refrigerator Start Up Costs

The Company incurred \$4,058 in start up costs, primarily comprising labour expenditures, relating to the launch of the CustomStyle™ refrigerator through June 1999.

#### 10. Restructuring Costs

During 1999, restructuring costs totaling \$4.6 million were incurred. These costs primarily represented severance costs and were incurred due to changes in salaried employment.

#### 11. Income Taxes

The Company's effective income tax rate is derived as follows:

	%	%
	2000	1999
Combined basic federal and provincial income tax rates	41.5	41.5
Manufacturing and processing allowance	(5.5)	(5.5)
Large corporation tax	1.2	3.4
Other items	0.8	(0.5)
Effective tax rate	38.0	38.9

Represented by:

	\$	\$
	2000	1999
Current Tax Expense	2,512	132
Future Tax Expense	6,126	3,398

The composition of the Company's net future income tax assets and liabilities is as follows:

	\$	\$
	2000	1999
Current future income tax assets:		
Accrued charges not currently deductible for tax	9,498	8,280
Other	107	147
Net current future income tax asset	9,605	8,427
Non-current future income taxes:		
Capital Assets	(11,013)	(17,781)
Research and development investment tax credits	(2,303)	(1,997)
Post Employment Benefits	16,614	–
Net non-current future income tax assets (liabilities)	3,298	(19,778)



## 12. Related Party Transactions

The Company's transactions with GE and its affiliates were as follows:

	\$	\$
	2000	1999
Purchase of finished goods, parts and services	114,857	104,376
Sale of products	290,597	247,324
Technology fees	4,422	4,040

Net amount due to GE and its affiliates included in accounts payable at December 31, 2000 was \$19,126 (1999 – \$12,877).

## 13. Research and Development

The Company expensed \$4,250 (1999 – \$4,000) of research and development in 2000 on which it earned federal and provincial investment tax credits of approximately \$850 (1999 – \$800).

## 14. Employee Benefit Plans

The Company has a number of defined benefit plans providing pension, other retirement and post-employment benefits to most of its employees. Information about the Company's defined benefit plans and post employment plans, in aggregate, is as follows:

	Pension Benefit Plans	Other Benefit Plans
	\$	\$
	2000	2000
Accrued Benefit Obligation		
Balance at beginning of year	208,879	44,874
Current service cost	4,067	776
Interest cost	14,996	3,169
Benefits paid	(14,194)	(2,131)
Actuarial gains	9,362	–
Balance at end of year	223,110	46,688

	Pension Benefit Plans	Other Benefit Plans
	\$	\$
	2000	2000
Plan Assets		
Fair value at beginning of year	197,932	–
Actual return on plan assets	19,704	–
Employer contributions	17,719	2,131
Employee contributions	324	–
Benefits paid	(14,194)	(2,131)
Fair value at end of year	221,486	–
Funded status plan deficit	(1,625)	(46,688)
Unamortized net actuarial loss	3,552	–
Valuation Allowance	–	–
Accrued benefit-Asset (Liability), net of valuation allowance	1,927	(46,688)

The significant actuarial assumptions adopted in measuring the Company's accrued benefit obligations are as follows:

	Pension Benefit Plans	Other Benefit Plans
	%	%
	2000	2000
Discount Rate	7.25	7.25
Expected long-term rate of return on plan Assets	8.25	–
Rate of compensation increase	3.50	3.50

The Company's net benefit plan expense is as follows:

	Pension Benefit Plans	Other Benefit Plans
	\$	\$
	2000	2000
Current Service Cost	4,067	776
Interest Cost	14,671	3,169
Expected Return on Plan Assets	(16,565)	–
Amortization of Net Actuarial loss	4	–
Valuation Allowance	207	–
Net Benefit Plan Expense	2,384	3,945

### 15. Lease Commitments

The future minimum lease payments for each of the next five years and thereafter under operating leases are as follows:

	\$ 2000
2001	3,423
2002	3,189
2003	2,689
2004	1,986
2005	1,763
2006 and thereafter	3,297
	<b>16,347</b>

### 16. Foreign Currency

The U.S. dollar denominated accounts receivable and accounts payable at December 31, 2000 were as follows:

	\$ 2000
Net related party accounts payable:	\$ 9,604 U.S.
Trade accounts receivable:	\$ 1,106 U.S.
Trade accounts payable:	\$ 12,789 U.S.

### 17. Financial Instruments

#### *Fair value*

Management believes its cash and cash equivalents, accounts receivables, accounts payable and accrued liabilities are indicative of fair values because of their short maturity.

At December 31, 2000, due to the terms of interest and repayment options, management believes the carrying value of the term credit facility to be less than fair value. In addition, at December 31, 2000, management believes the carrying value of the non-interest bearing debt to be less than the fair value.

#### *Credit risk*

The Company's financial assets that are exposed to credit risk consist primarily of cash and cash equivalents and accounts receivable.

Cash and short-term investments which consist of commercial paper, are only invested in governments and corporations with an investment grade credit rating. Credit risk is further reduced by limiting the amount that is invested in any one government or corporation.

The Company, in the normal course of business, is exposed to credit risk from its customers.

#### *Interest rate risk*

Interest rate risk is the risk that the value of a financial instrument will fluctuate due to changes in market interest rates.

The Company is not exposed to significant interest rate risk with respect to its monetary current assets, current liabilities and long-term debt.

### 18. Segmented Information

The Company manages its business as a single operating segment – manufacturing, distributing and servicing household appliances. Its manufacturing operations are all located in Canada, specifically, in Hamilton, Ontario and Montreal, Quebec. The Company sells primarily to the US and Canadian markets. Export sales for 2000 totaled \$307,360 (1999 – \$264,204).

### 19. Prior Year Financial Statements

Certain prior year balances have been reclassified to conform with the current year basis of presentation.

## officers

Kevin Breen  
Vice President  
Purchasing

Allan Holden  
Vice President  
Information Technology

Sami Sidhom  
Senior Vice President  
Operations and Technology

James Evans  
Senior Vice President  
E-business

Rene Lecours  
Vice President  
Operations Montreal

Robert Slessor  
Treasurer

James Fleck  
President and Chief Executive  
Officer

Michael McCrea  
Vice President  
Products

Kevin Smith  
Senior Vice President  
Sales and Marketing

Neil Gartshore  
Vice President Finance and  
Chief Financial Officer

Richard Rye  
Vice President  
Strategic Programs

Nicola Webb  
Vice President  
Human Resources

Jay Hamilton  
Comptroller and Secretary

Giuseppe Santoro  
Vice President  
Operations Hamilton

## board of directors

\* Charles Hantho, C.M.  
\*\* Chairman, Camco Inc.  
\*\*\* Chairman, Dofasco

James Fleck  
President and  
Chief Executive Officer,  
Camco Inc.

\* Patrick Keenan  
\*\*\* Chairman and  
Chief Executive Officer,  
Keewhit Investments Ltd.

\* Purdy Crawford, O.C.  
\*\*\* Chairman, AT&T Canada  
Counsel, Osler Hoskin  
& Harcourt

\*\* Robert Gillespie  
Chairman and  
Chief Executive Officer,  
General Electric Canada Inc.

\* Stephen Sedita  
Vice President - Finance,  
GE Appliances  
General Electric Company

\*\* Bracken Darrell  
General Manager -  
Consumer Home Service,  
GE Appliances  
General Electric Company

\*\* Kenneth Harrigan, O.C.  
\*\*\* Past Chairman  
Ford Motor Company  
of Canada, Limited

\* Member of Audit Committee  
\*\* Member of Human Resource  
and Corporate Governance  
Committee  
\*\*\* Member of Special Committee

## corporate information

**Camco Inc.**  
175 Longwood Road South  
Hamilton, Ontario  
L8N 3Y5

**Auditors**  
Arthur Andersen LLP

**Plant Locations**  
Hamilton, Montreal

**Share Transfer Agent**  
CIBC Mellon Trust Company

**Annual Shareholders' Meeting**  
May 11, 2001 at 11:00 a.m.  
Camco Inc.  
5781, Notre-Dame East  
Montreal, PQ  
H1N 2C6



## dirigeants

Kevin Breen	James Evans	James Fleck	James Fleck
Vice-président	Premier vice-président	Président et directeur général	Président et directeur général
Achats	Affaires électroniques		
Allan Holden	René Lecours	Michael McCrea	Michael McCrea
Vice-président	Vice-président	Vice-président	Vice-président
Technologie de l'information	Opérations de Montréal	Programmes stratégiques	Programmes stratégiques
		Richard Rye	Richard Rye
		Vice-président	Vice-président
		Contrôleur et secrétaire	Contrôleur et secrétaire
		Jay Hamilton	Jay Hamilton
		Opérations de Hamilton	Opérations de Hamilton

## conseil d'administration

* Charles Hantho, C.M.	James Fleck	James Fleck	James Fleck
** Président du Conseil,	Président et directeur général	Président et directeur général	Président et directeur général
Camco Inc.	Camco Inc.	Camco Inc.	Camco Inc.
*** Président du Conseil,	Robert Gillespie	Robert Gillespie	Robert Gillespie
Dofasco			
* Purdy Crawford, O.C.	de la direction	de la direction	de la direction
*** Président du Conseil,	Générale Electrique	Générale Electrique	Générale Electrique
AT & T Canada	du Canada Inc.	du Canada Inc.	du Canada Inc.
Avocat, Osler Hoskin			
& Harcourt			
** Bracken Darrell	Kenneth Harrigan, O.C.	Kenneth Harrigan, O.C.	Kenneth Harrigan, O.C.
Directeur général,	*** Président du Conseil sortant	*** Président du Conseil sortant	*** Président du Conseil sortant
Service après-vente	Ford du Canada Limitée	Ford du Canada Limitée	Ford du Canada Limitée
GE Appliances	* Patrick Keenan	* Patrick Keenan	* Patrick Keenan
General Electric Company	*** Président du Conseil et	*** Président du Conseil et	*** Président du Conseil et
	chef de la direction	chef de la direction	chef de la direction
	Keewhit Investments Ltd.	Keewhit Investments Ltd.	Keewhit Investments Ltd.

## renseignements sur la société

Camco Inc.	Vérificateurs	Usines	Agent comptable des transferts
175, Longwood Road South	Arthur Andersen LLP	Hamilton, Montréal	CIBC Mellon Trust Company
Hamilton (Ontario)			
L8N 3Y5			

Assemblée annuelle des actionnaires

Le 11 mai 2001 à 11 h 00  
Camco Inc.  
5781, rue Notre-Dame est  
Montréal (Québec)  
H1N 2C6

La dette à long terme comprend les éléments suivants :

\$	2000	1999
\$	12 500	25 000
Aides gouvernementales	2 388	3 184
	14 888	28 184
	13 296	14 888
Moins : Tranche de la dette à long terme échéant à moins d'un an	1 592	

La Société s'est engagée à respecter certaines

clauses restrictives financières et conditions à l'égard de sa ligne de crédit d'exploitation et de son prêt à terme. Au 31 décembre 2000, toutes ces clauses et conditions sont respectées. La Société a donné la quasi-totalité de son actif en garantie de sa ligne de crédit et de son prêt à terme.

Les intérêts débiteurs sur les conventions de financement s'élèvent à environ 1 243 \$ (977 \$ en 1999).

**9. Frais de démarrage du réfrigérateur CustomStyle<sup>MC</sup>**  
Jusqu'en juin 1999, la Société a engagé des frais de démarrage de 4 058 \$, comprenant principalement des frais de main-d'œuvre, liés au lancement du réfrigérateur CustomStyle<sup>MC</sup>.

**10. Frais de restructuration**  
En 1999, les frais de restructuration totalisent 4,6 millions de dollars et représentent surtout des frais de cessation d'emploi, engagés à la suite de modifications aux activités salariées.

**11. Impôt sur les bénéfices**  
Le taux d'imposition effectif de la Société se calcule comme suit :

%	2000	1999
%	41,5	41,5
Taux d'imposition de base fédéral et provincial combinés		
Déduction pour fabrication et transformation	(5,5)	3,4
Impôt des grandes sociétés	1,2	(0,5)
Autres éléments	0,8	38,9
Taux d'imposition effectif	38,0	

Représenté par :

\$	2000	1999
\$	2 512	132
Charge fiscale courante	6 126	3 398

La composition des éléments d'actif et de passif fiscaux futurs nets de la Société est la suivante :

\$	2000	1999
\$		
Éléments d'actif fiscaux futurs à court terme :		
Charges courues non déductibles d'impôt dans l'exercice courant	9 498	8 280
Autres	107	147
Élément d'actif fiscal futur net à court terme	9 605	8 427

Impôt sur les bénéfices futurs à long terme :

(11 013)	(17 781)
Immobilisations	
Crédits d'impôt à l'investissement en recherche et développement	(2 303)
Régimes complémentaires de retraite	16 614
	-

Éléments d'actif (passif) fiscaux futurs nets à long terme

3 298 (19 778)

## 6. Immobilisations

	\$	\$
<b>2000</b>		
<b>Valeur</b>	<b>Amortissement</b>	<b>Cumulé</b>
<b>nette</b>	<b>nette</b>	<b>comptable</b>
<b>\$</b>	<b>\$</b>	<b>\$</b>
Terrain	3 577	3 577
Bâtiments	35 675	18 146
Machinerie et	135 619	87 718
équipement	8 317	2 007
Logiciels	30 131	16 218
Outillage	2 699	13 913
Immobilisations	216 018	6 310
en cours	2 699	47 901
	124 089	17 529
	91 929	3 577

## 8. Conventions de financement

Au 31 décembre 2000, la Société dispose des facilités de crédit suivantes :

a) Une ligne de crédit d'exploitation d'au plus 35 000 \$ (25 000 \$ en 1999), dont des lettres de crédit de 9 500 \$ sont en circulation aux 31 décembre 2000 et 1999. Cette ligne de crédit peut, au gré de la Société, prendre la forme d'avances en dollars canadiens au taux préférentiel, d'avances en dollars canadiens au taux de base, d'acceptations bancaires en dollars canadiens, d'avances en dollars américains au taux de base, d'avances en dollars américains au taux TIOU ou de lettres de crédit en dollars canadiens ou américains.

b) Un prêt à terme de 12 500 \$ (25 000 \$ en 1999) remboursable par la Société en tout temps et réduit de 3 125 \$ à chaque trimestre jusqu'en 2001. Au gré de la Société, le prêt à terme peut prendre la forme d'avances en dollars canadiens au taux préférentiel, d'avances en dollars américains au taux de base ou d'avances en dollars américains au taux TIOU. Au 31 décembre 2000, des acceptations bancaires de 12 500 \$ (25 000 \$ en 1999) sont en cours.

c) En décembre 1993, les gouvernements du Canada et du Québec ont offert une subvention remboursable, sans intérêt, jusqu'à concurrence de 4 000 \$ à la Société pour la mise en œuvre et l'achèvement du projet leadership d'une nouvelle sècheuse au plus tard le 1<sup>er</sup> octobre 1997. La Société a reçu un montant total de 3 980 \$. La subvention doit être remboursée en cinq versements annuels de 796 \$ à compter du 1<sup>er</sup> octobre 1999.

## 7. Élément d'actif couru

Le montant estimatif requis pour achever les projets d'investissement approuvés au 31 décembre 2000 est de 3 687 \$ (10 200 \$ en 1999). De plus, la Société a des engagements se chiffrant à environ 2 915 \$ (5 800 \$ en 1999) relativement aux dépenses connexes associées à ces projets d'investissement.

L'élément d'actif couru est constitué de l'excédent cumulé du financement de retraite par rapport aux charges de retraite au 31 décembre. L'adoption des recommandations du chapitre 3461 intitulé «Avantages sociaux futurs» (note 3) s'est traduite par une réduction importante de cet élément d'actif.



*Programmes d'avantages sociaux*

La Société comptabilise ses obligations à l'égard des programmes d'avantages sociaux et les frais qui y sont reliés, déduction faite de l'actif des régimes. La Société a adopté les conventions qui suivent :

Le coût des prestations et autres avantages de retraite acquis par les employés est déterminé de façon actuarielle selon la méthode de répartition des prestations au prorata des services. Ce coût reflète les meilleures estimations de la direction à l'égard du rendement de placement prévu des régimes de retraite, de l'indexation salariale, de l'âge auquel les membres prennent leur retraite et des coûts prévus en matière de soins de santé.

Aux fins de calcul du rendement prévu de l'actif des régimes, ces derniers sont estimés à leur juste valeur. Le coût relatif aux services passés découlant des modifications apportées aux régimes est amorti selon la méthode de l'amortissement linéaire en fonction de la période de service résiduelle moyenne des employés actifs à la date des modifications.

L'excédent du gain actuariel net (de la perte actuarielle nette) représentant plus de 10 % de la somme la plus élevée entre l'obligation découlant des régimes et la juste valeur de l'actif des régimes est amorti sur la période de service résiduelle moyenne des employés actifs. La période de service résiduelle moyenne des employés actifs participant au Régime de retraite est de 13 ans. Celle des employés actifs participant au Régime complémentaire de retraite est de 13 ans.

*Utilisation d'estimations*

La préparation d'états financiers selon les principes comptables généralement reconnus exige que la direction ait recours à des estimations et à des hypothèses qui ont une incidence sur les montants de l'actif et du passif comptabilisés et sur la présentation des éléments d'actif et de passif éventuels à la date des états financiers, ainsi que sur les montants comptabilisés des produits et charges au cours de l'exercice. Les résultats réels pourraient différer des résultats estimatifs.

**3. Modification de convention comptable au cours de l'exercice 2000**

Le 1<sup>er</sup> janvier 2000, la Société a adopté de façon rétroactive et sans redressement les recommandations du chapitre 3461 du Manuel de l'ICCA intitulé «Avantages sociaux futurs». L'adoption de ces recommandations s'est traduite par une obligation transitoire importante au titre de tous les régimes de retraite et autres régimes complémentaires de retraite de la Société de l'ordre de 54 010 \$. Ce montant, déduction faite des impôts, a été imputé aux bénéfices non répartis au début de l'exercice. Les frais reliés aux avantages complémentaires de retraite pour l'exercice courant s'élèvent à 6 329 \$. Si la Société avait continué d'appliquer ses méthodes de comptabilisation précédentes, les frais reliés aux avantages complémentaires de retraite pour la période visée n'auraient pas différé substantiellement du montant antérieur, lequel atteignait 5 476 \$.

**4. Débiteurs**

La Société a conclu une entente de titrisation des créances aux termes de laquelle elle vend sur une base renouvelable, avec garantie limitée, des comptes clients et des débiteurs apparentés. Au 31 décembre 2000, des comptes débiteurs d'une valeur de 55 000 \$ (60 000 \$ en 1999) ont été vendus aux termes de cette entente. L'entente prend fin le 27 septembre 2003 et la Société ou l'acheteur peut, sous réserve de certaines conditions, y mettre un terme en tout temps.

**5. Stocks**

\$	\$
2000	1999
<b>48 181</b>	<b>38 500</b>
Produits finis	
<b>14 376</b>	<b>15 176</b>
<b>62 557</b>	<b>53 676</b>
Matières premières et produits en cours	

# compiementaires

Aux 31 décembre 2000 et 1999  
(en milliers de dollars)

Les immobilisations sont amorties selon la méthode de l'amortissement proportionnelle à l'ordre numérique inverse des années en fonction de la durée de vie utile estimative du bien de la façon suivante :

Bâtiments	10 à 40 ans
Machinerie et équipement	4 à 20 ans

Les dépenses d'outillage et de logiciels sont capitalisées et amorties sur cinq ans selon la méthode de l'amortissement linéaire.

Les dépenses d'entretien et de réparation sont passées en charges lorsqu'elles sont engagées.

## Impôts sur les bénéfices

La Société comptabilise ses impôts sur les bénéfices selon la méthode de comptabilisation du passif. En vertu de cette méthode, les éléments d'actif et de passif fiscaux futurs sont établis en fonction de la différence entre les rapports financiers et l'assiette d'imposition des éléments d'actif et de passif, puis calculées à l'aide de la législation et des taux d'imposition qui seront en vigueur au moment où les écarts seront redressés. La Société a constitué une provision pour évaluation afin de réduire les éléments d'actif fiscaux futurs lorsqu'il est possible que les éléments en question ne se concrétisent pas.

## Frais de garantie des produits

Les frais estimatifs futurs des garanties de produits sont passés en charges dans l'année où les produits sont vendus ou dès qu'un problème est signalé.

## Conversion des devises

Les éléments d'actif et de passif libellés en devises sont convertis au taux de change en vigueur à la date du bilan. Les produits et les charges libellés en devises sont convertis aux taux en vigueur à la date de l'opération. Les gains et les pertes sur les éléments d'actif et de passif monétaires à court terme provenant de la conversion de devises sont constatés dans l'état des résultats au cours de l'exercice où ils ont lieu.

## 1. Nature des activités

Camco Inc. (la « Société ») est constituée en société en vertu des lois canadiennes. Générale Électrique du Canada Inc. (« GE ») est l'actionnaire majoritaire de la Société et GSW Inc., le plus important actionnaire minoritaire. Les actions ordinaires en circulation de la Société sont cotées à la Bourse de Toronto. La Société fabrique et distribue de gros appareils électroménagers au Canada et exporte également ses produits principalement aux États-Unis.

## 2. Principales conventions comptables

*Ventes de produits et de services*  
Les ventes de produits et de services à la clientèle sont constatées au moment du transfert des titres de propriété des produits au client ou à l'exécution des services. Les ristournes et les escomptes de caisse sont déduits des ventes.  
*Espèces et quasi-espèces*  
Les espèces sont constituées de l'encaisse. En ce qui concerne les quasi-espèces, il s'agit de placements très liquides, facilement convertibles en un montant connu d'espèces venant à échéance dans moins de trois mois et dont la valeur ne risque pas de changer de façon significative.

## Stocks

Les stocks de matières premières et de produits en cours sont évalués au moindre du coût et du coût de remplacement. Les stocks de produits finis sont évalués au moindre du coût et de la valeur nette de réalisation. Le coût est déterminé selon la méthode de l'épuisement successif et comprend le coût des matières premières, de la main-d'œuvre directe et les frais généraux de fabrication afférents.

## Immobilisations et amortissement cumulé

Les immobilisations sont présentées au coût moins les crédits d'impôt à l'investissement et les aides gouvernementales afférents.

# états des flux de trésorerie

Pour les exercices terminés les  
31 décembre 2000 et 1999  
(en milliers de dollars)

	2000	1999
<b>Activités d'exploitation</b>		
Bénéfice net	14 091	5 544
Plus éléments sans incidence sur les liquidités		
Amortissement	16 059	14 683
Avantages complémentaires de retraite	6 329	5 476
Impôts sur les bénéfices futurs	6 126	3 608
	<b>42 605</b>	<b>29 311</b>
Débiteurs	2 253	(6 582)
Stocks	(8 881)	(11 625)
Impôts sur les bénéfices à recouvrer	1 247	(1 444)
Charges payées d'avance et autres éléments d'actif	(1 034)	(130)
Créiteurs et charges à payer	4 023	8 028
Financement des avantages complémentaires de retraite	(19 670)	(15 238)
	<b>20 543</b>	<b>2 320</b>
<b>Activités d'investissement</b>		
Acquisitions d'immobilisations	(13 984)	(23 384)
Produit de la cession d'immobilisations	-	11
	<b>(13 984)</b>	<b>(23 373)</b>
<b>Activités de financement</b>		
Dividendes	(1 200)	(3 600)
Vente de débiteurs	(5 000)	10 000
Augmentation de la dette à long terme	-	25 000
Remboursement de la dette à long terme	(13 296)	(796)
	<b>(19 496)</b>	<b>30 604</b>
<b>Augmentation (diminution) des espèces et quasi-espèces</b>	<b>(12 937)</b>	<b>9 551</b>
<i>Espèces et quasi-espèces, au début de l'exercice</i>	<i>26 704</i>	<i>17 153</i>
<b>Espèces et quasi-espèces, à la fin de l'exercice</b>	<b>13 767</b>	<b>26 704</b>
<b>Les espèces et quasi-espèces sont constituées de :</b>		
Encaisse	8 770	26 704
Placements à court terme, à un coût se rapprochant du marché :		
Papier commercial	4 997	-
	<b>13 767</b>	<b>26 704</b>
<b>Les flux de trésorerie englobent les éléments suivants :</b>		
Intérêts payés	1 243	97
Impôts sur les bénéfices payés	481	528

Les notes ci-jointes font partie intégrante des présents états financiers.

rapport annuel de camco 20/21



# états des résultats

Pour les exercices terminés les 31 décembre 2000 et 1999 (en milliers de dollars)

\$	2000	1999
	697 196	638 336
	140 304	135 853
	533 610	484 008
	673 914	619 861

Ventes de produits et services  
Frais d'exploitation  
Rémunération des employés, y compris les avantages sociaux  
Matériaux, fournitures, services et autres frais

Bénéfice d'exploitation avant frais de démarrage et de reconstruction  
Frais de démarrage du réfrigérateur CustomStyle<sup>MC</sup> (note 9)  
Frais de reconstruction (note 10)  
Bénéfice d'exploitation  
Intérêts et autres charges, nets  
Bénéfice avant impôts sur les bénéfices  
Impôts sur les bénéfices (note 11)  
Bénéfice net  
Bénéfice par action

23 282	18 475
-	(4 058)
-	(4 647)
23 282	9 770
(553)	(696)
22 729	9 074
(8 638)	(3 530)
14 091	5 544
0,70	0,28

# états des bénéfices non répartis

Pour les exercices terminés les 31 décembre 2000 et 1999 (en milliers de dollars)

\$	2000
	1999
39 743	37 799
(54 010)	—
(14 267)	37 799
14 091	5 544
(1 200)	(3 600)
(1 376)	* 39 743

Bénéfices non répartis, au début de l'exercice  
Redressement reflétant le changement dans la comptabilisation des avantages sociaux (note 3)  
Bénéfices non répartis redressés (déficit)  
Bénéfice net  
Dividendes, déclarés et versés  
Bénéfices non répartis (déficit), à la fin de l'exercice

# bilans

Année 2000 et 1999  
(en millions de dollars)

\$	2000	1999
<hr/>		
13 767	26 704	17 291
18 588	17 291	53 676
62 557	3 642	2 395
2 395	9 605	2 306
2 306	111 012	109 218
<hr/>		
3 298	-	94 004
91 929	29 139	1 927
206 372	234 155	
<hr/>		
108 730	106 157	13 296
13 296	13 296	119 453
<hr/>		
-	19 778	1 592
46 688	14 888	2 851
<hr/>		
37 442	37 442	39 743
(1 376)	36 066	77 185
206 372	234 155	
<hr/>		

**Actif**  
Actif à court terme  
Espèces et quasi-espèces (note 2)  
Débiteurs (note 4)  
Stocks (note 5)  
Impôts sur les bénéfices à recouvrer  
Impôts sur les bénéfices futurs (note 11)  
Charges payées d'avance et autres éléments d'actif  
Impôts sur les bénéfices futurs  
Immobilisations (note 6)  
Elément d'actif couru (notes 3, 7, 14)  
**Passif**  
Passif à court terme  
Créditeurs et charges à payer (note 12)  
Tranche de la dette à long terme échéant à moins d'un an (note 8)  
Impôts sur les bénéfices futurs (note 11)  
Dette à long terme (note 8)  
Autres éléments de passif à long terme (notes 3, 14)  
**Capitaux propres**  
Actions ordinaires  
Autorisées – illimitées  
Emises et en circulation – 20 millions d'actions  
Bénéfices non répartis (déficit) (note 3)

Approuvé au nom du Conseil :

Administrateur  
Administrateur

# rapport des Vérificateurs

Aux actionnaires de Camco Inc.,

Nous avons vérifié les bilans de CAMCO INC. aux 31 décembre 2000 et 1999 et les états des résultats, des bénéfices non répartis (déficit) et des flux de trésorerie pour les exercices terminés à ces dates. La responsabilité de ces états financiers incombe à la direction de la Société. Notre responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers en nous fondant sur nos vérifications.

Nos vérifications ont été effectuées conformément aux normes de vérification généralement reconnues. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir l'assurance raisonnable que les états financiers sont exempts d'inexactitudes importantes. La vérification comprend le contrôle par sondages des éléments probants à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes faites par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des résultats financiers.

À notre avis, ces états financiers donnent, à tous égards importants, une image fidèle de la situation financière de la Société aux 31 décembre 2000 et 1999, ainsi que des résultats de son exploitation et de ses flux de trésorerie pour les exercices terminés à ces dates selon les principes comptables généralement reconnus au Canada.

*Arthur Andersen LLP*

Le 19 janvier 2001

Mississauga, Canada



été avancée et aucune réparation n'a été exigée de Camco. GE a réfuté ces allégations, estimant que la poursuite allait à l'encontre des intérêts supérieurs de Camco ou des actionnaires minoritaires, et demandé au tribunal de rejeter la poursuite. Cette action en justice, qui pourrait s'échelonner sur plusieurs années, ne devrait avoir aucune incidence sur les activités courantes de Camco.

**Modification des normes comptables relatives aux avantages futurs des employés**

Le 1<sup>er</sup> janvier 2000, Camco a adopté de façon rétroactive et sans redressement les recommandations du chapitre 3461 du Guide de l'ICCA intitulé «Avantages sociaux futurs». L'adoption de ces recommandations a modifié la politique de Camco concernant la comptabilisation des avantages comptables de retraite, de sorte que les coûts sont maintenant imputés suivant la méthode de la comptabilité d'exercice au lieu de la méthode de répartition. De plus, le taux d'escompte utilisé pour déterminer l'obligation relative aux droits de retraite accumulés devait être le taux d'intérêt du marché s'appliquant aux instruments d'emprunt, c'est-à-dire un taux inférieur à celui qu'utilisait Camco au cours des exercices précédents. L'adoption de ces recommandations relatives aux régimes de retraite et autres régimes complémentaires de retraite de la Société s'est traduite par l'imputation d'une charge non monétaire et non périodique aux bénéfices non répartis de l'ordre de 54,0 millions de dollars, déduction faite des impôts.

**Résumé**

Camco a mis en oeuvre avec succès sa stratégie manufacturière, concentrant ses investissements sur les produits destinés aux créneaux spécialisés du marché nord-américain, comme en témoigne la croissance à deux chiffres de ses ventes à l'exportation. Dans ce domaine, les perspectives demeurent positives, même si la transition est loin d'être terminée, plus particulièrement à l'usine de Hamilton.

La Société s'est également bien positionnée dans le marché canadien de l'électroménager. Suite à l'imposition de droits antidumping et à l'uniformisation des règles du jeu que cette décision a entraînée dans le marché canadien de l'électroménager, au développement de compétences uniques en distribution et en affaires électroniques et à l'accent indéniable qu'elle met sur la compétitivité au niveau des coûts, Camco exerce désormais une forte présence au Canada.

## **Plainte de dumping contre Frigidaire**

### **et Whirlpool**

Comme indiqué dans le Rapport annuel de l'an dernier, l'Agence des douanes et du revenu du Canada (ADRC) a annoncé en novembre 1999 qu'elle avait ouvert une enquête concernant le dumping de certains réfrigérateurs à compartiments superposés, de lave-vaisselle ménagers électriques et de sécheuses électriques et à gaz importés des É.-U. Les appareils visés par l'enquête sont fabriqués pour ou par White Consolidated Industries Inc. (WCI ou Frigidaire Canada) et Whirlpool Corp. (Ingilis Canada). Cette enquête fait suite à la plainte déposée par Camco à l'effet que ces pratiques de dumping lui causaient des préjudices prenant la forme d'une perte de part de marché, d'une perte de ventes, d'une compression des prix, d'une érosion de ses marges et de ses prix, et d'une perte de rentabilité.

Il y a dumping lorsque des biens sont vendus à des importateurs au Canada à un prix inférieur au prix de vente pratiqué dans le marché intérieur de l'exportateur ou au coût du producteur étranger. La loi antidumping du Canada protège les producteurs canadiens contre les effets nuisibles de pratiques commerciales déloyales en matière d'importation.

L'ADRC a rendu une décision préliminaire le 3 avril 2000 et imposé des droits temporaires antidumping sur les réfrigérateurs, les lave-vaisselle et les sécheuses importés par Whirlpool et WCI et visés par la plainte. Par la suite, l'ADRC a déferé cette affaire au Tribunal canadien du commerce extérieur (TCCÉ) afin que ce dernier puisse déterminer si Camco avait subi des préjudices financiers en raison du dumping de ces produits. Après une enquête approfondie à laquelle ont participé toutes les parties

concernées, le TCCÉ a statué le 1<sup>er</sup> août 2000 que Camco avait effectivement subi des préjudices financiers à la suite des pratiques de dumping préconisées par les deux fabricants américains d'électroménagers. Par conséquent, le Tribunal a décidé que les droits antidumping annoncés par l'ADRC le 30 juin 2000 demeuraient en vigueur pour les cinq prochaines années.

Suite à l'imposition de ces droits antidumping (ils s'élèvent en moyenne à 12 %, mais dans les faits, ils varient de 5,9 % sur les réfrigérateurs Frigidaire à 18,9 % sur les sécheuses Whirlpool), Camco a été en mesure d'être concurrentielle, les règles du jeu étant uniformes pour tous dans le marché. Les résultats du 4<sup>e</sup> trimestre reflètent une amélioration des marges et des volumes. De plus, Camco a récupéré la clientèle qu'elle avait antérieurement perdue en raison de ces pratiques déloyales en matière de prix.

La Société continuera de surveiller attentivement les activités qui se déroulent dans le marché afin de s'assurer que les pratiques de dumping préconisées par des fabricants étrangers sont portées à l'attention des autorités canadiennes concernées.

### **Litige en suspens**

GSW Inc. («GSW»), qui possède environ 20 % des actions de Camco, a intenté vers la fin de 2000 une poursuite contre la General Electric Company, GE Canada Inc. (collectivement «GE») et Camco, alléguant que la conduite de GE était oppressive pour Camco et ses actionnaires minoritaires. GSW a demandé au Tribunal de forcer GE à proposer une offre en vue d'acheter les actions que possèdent les actionnaires minoritaires de Camco à leur juste valeur, laquelle doit être définie par le tribunal. Aucune allégation n'a

d'automatiser les procédures. Leur mise en oeuvre en 2001 exigera un investissement de l'ordre de 2 millions de dollars.

4 Accroître et diversifier les sources de revenu au moyen d'une expansion économique prudente.

L'entente négociée avec Eaton représentait une

première étape, modeste mais importante, en vue d'accroître et de diversifier les sources de revenu de Camco. Alors que les trois premiers aspects de la vision concernent le repositionnement de

l'entreprise actuelle, le quatrième vise à relever la valeur pour les actionnaires en faisant appel

à des moyens qui vont au-delà des cinq lignes traditionnelles d'électroménagers et des frontières du Canada, et qui touchent des produits et(ou)

services non reliés à GEA. Même si l'objectif qu'elle vise au cours des prochaines années consiste

à poursuivre son repositionnement et l'expansion de ses groupes d'exploitation actuels, Camco est prête à réagir rapidement, lorsque des occasions

comme l'acquisition du service après-vente d'Eaton se présenteront.

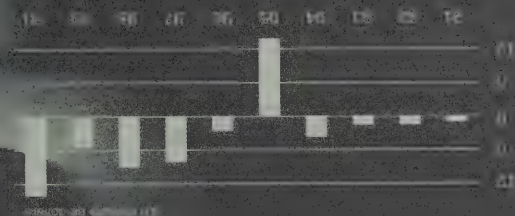
Régie de la Société

Les quatre éléments de la vision stratégique de Camco, expliqués un peu plus haut, ont été définis à la lumière des objectifs du Conseil d'administration dans le but de maximiser la valeur pour les actionnaires. L'Appel de propositions par la direction de 2000 de Camco comprend un exposé détaillé sur la régie de la Société en ce qui concerne le Conseil d'administration.

Législation en matière d'énergie

En 1997, le ministère de l'Énergie des États-Unis a adopté une nouvelle norme relative à l'efficacité énergétique des réfrigérateurs, laquelle entrera en vigueur le 1<sup>er</sup> juillet 2001. Cette nouvelle norme, qui exige une amélioration de 30 % du rendement énergétique actuel, obligera les fabricants à investir dans des technologies de production afin d'atteindre cet objectif. Le gouvernement canadien a adopté une norme similaire qui doit entrer en vigueur en juillet 2001 et qui s'appliquera à tous les réfrigérateurs vendus au Canada, à l'exception des modèles à compartiments superposés de 16 pi<sup>3</sup> et de 18 pi<sup>3</sup>. Dans le cas de ces deux derniers modèles, la date d'entrée en vigueur proposée est décembre 2002. Camco procède actuellement à la modification de ses réfrigérateurs destinés aux créneaux spécialisés du marché nord-américain, ce qui comprend les modèles à compartiments superposés de 12 pi<sup>3</sup> et les réfrigérateurs Handi-Hite<sup>MC</sup> et CustomStyle<sup>MC</sup>, afin qu'ils soient en conformité avec la norme du 1<sup>er</sup> juillet 2001. Les investissements requis pour que ces produits respectent les normes énergétiques devraient atteindre 16,0 millions de dollars, dont 11,0 millions ont déjà été engagés en 2000. Camco prévoit abandonner progressivement la production de réfrigérateurs à compartiments superposés de 16 pi<sup>3</sup> et de 18 pi<sup>3</sup> à son usine de Hamilton d'ici décembre 2002, date à laquelle elle commencera à se procurer ces produits auprès d'un fournisseur. Les frais de restructuration futurs reliés à l'abandon de la production de ces modèles dépendront des ventes et des taux de production des autres produits fabriqués à l'usine de Hamilton à ce moment-là.





Le bénéfice net le plus élevé  
depuis 1989

bénéfice  
net

Comme indiqué dans les Rapports annuels précédents, le secteur canadien de la vente au détail d'électroménagers a subi d'importants changements au cours des dernières années, suite à l'émergence de détaillants nationaux puissants et à l'arrivée du commerce électronique. Dans ce contexte hautement concurrentiel, les détaillants de plus petite envergure ont été particulièrement touchés. Camco continue de chercher à tirer profit de la force et des ressources en distribution dont elle dispose afin de mieux soutenir ses clients au cours de cette période difficile. Ainsi, en 1996 et 1997, Camco a effectué des recherches sur différents concepts de vente au détail d'électroménagers. Par la suite, elle a travaillé avec des détaillants et apporté son aide à plusieurs autres dans le but de mettre au point un concept de vente au détail portant uniquement sur les marques de Camco. Aujourd'hui, 33 magasins indépendants exploitent ce tout nouveau concept très rentable et d'autres devraient ouvrir leurs portes en 2001.

De concert avec GEA, Camco a établi un partenariat de distribution avec Home Depot. Compte tenu du fait que Home Depot désire intensifier son programme de vente d'électroménagers en magasin, Camco met à la disposition des établissements canadiens de cette chaîne des services de livraison à domicile et de commerce électronique. L'utilisation de cette technologie de pointe contribue à réduire les frais inhérents au cycle commande-livraison, à améliorer l'exécution des commandes et à accroître la satisfaction de la clientèle. Camco est fière d'être un partenaire important de Home Depot et espère exploiter les perspectives de croissance que cette nouvelle initiative présente.

3 Accroître le volume d'affaires du Service après-vente à domicile en tirant profit du réseau national de Techniciens compétents et des installations de soutien de Camco, y compris le Centre de service à la clientèle de Moncton.

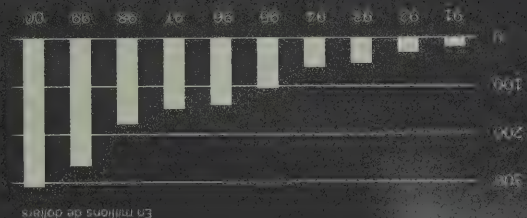
En janvier 1999, Camco a conclu une entente avec la Compagnie T. Eaton afin d'acquiescer un certain nombre d'éléments d'actif du service après-vente de cette entreprise. En vertu de cette entente, Camco avait le droit de se servir de la base de données des clients d'Eaton pour solliciter un renouvellement de leur contrat d'entretien. L'accord de service après-vente et de distribution conclu avec Amana permettra d'intensifier cette croissance.

En 2000, le Service après-vente à domicile a concentré ses efforts sur l'amélioration du service offert par le Centre de service à la clientèle de Moncton, notamment en augmentant le nombre de réparations effectuées dès la première visite, en contrôlant les coûts et en accroissant sa part du marché des contrats d'entretien. Par conséquent, les recettes de ventes ont légèrement progressé, la qualité du service s'est améliorée et les mesures prises pour réduire les coûts ont contribué à accroître le bénéfice enregistré par la Société.

Au cours de l'exercice, deux projets importants ont été mis de l'avant : 1) l'adoption d'une technologie RF (radiofréquence) afin de relier, en temps réel, tous les Techniciens de Camco à travers le Canada au bureau central de la répartition situé à Moncton, et 2) l'automatisation de l'entrepôt de pièces central. Le but de ces deux initiatives est d'améliorer le service à la clientèle et

# total des exportations

La croissance des exportations est alimentée par une stratégie qui consiste à fabriquer des produits destinés aux créneaux spécialisés des marchés nord-américains.





En plus des deux ententes mentionnées ci-dessus, les ventes à l'exportation à GEA du réfrigérateur Handi-Hite<sup>MC</sup> de 18 pi<sup>3</sup> avec congélateur au bas, qui a été lancé en février 1998, ont dépassé les attentes de la Société. Une deuxième version de ce réfrigérateur Handi-Hite<sup>MC</sup>, doté d'un compartiment congélateur coulissant Slide n° Store<sup>MC</sup>, a reçu un accueil extrêmement favorable dans le marché. Dans l'ensemble, les ventes de produits Handi-Hite<sup>MC</sup> dans les marchés canadien et américain ont été supérieures aux prévisions, dépassant de 350 % les objectifs établis en 2000. En 2000 et 2001, Camco aura investi 16 millions de dollars pour moderniser les plateformes de réfrigération des modèles Handi-Hite<sup>MC</sup> de 18 pi<sup>3</sup>, des appareils CustomStyle<sup>MC</sup> et des modèles de 12 pi<sup>3</sup> dans le but de se conformer aux nouvelles normes imposées dans le marché américain en matière de consommation d'énergie et qui entreront en vigueur le 1<sup>er</sup> juillet 2001. Cet investissement permettra à Camco de poursuivre l'exportation à GEA de produits de réfrigération spécialisés en 2001 et dans les années subséquentes.

Comme indiqué antérieurement, Camco a annoncé en novembre 2000 un investissement de 3 millions de dollars dans son usine de Montréal en vue de fabriquer un nouveau lave-vaisselle électronique haut de gamme innovateur destiné au marché canadien. Grâce à cet investissement, Camco se retrouvera en bonne position pour exporter davantage de produits à GEA, en fonction des besoins du marché américain.

Camco a annoncé à la fin de 1999 qu'elle avait conclu une entente d'approvisionnement pour l'achat de réfrigérateurs à compartiments superposés de 16 pi<sup>3</sup> et de 18 pi<sup>3</sup> auprès d'un fournisseur non affilié. D'un commun accord, cette entente a été résiliée. Camco étudie présentement plusieurs options valables afin d'assurer une disponibilité continue de ces produits et devrait prendre une décision finale à ce sujet vers le milieu de 2001.

2 *Consolider la position de Camco à titre de fournisseur de premier plan au Canada d'une gamme complète d'électroménagers en tirant profit de la force et des ressources en distribution dont elle bénéficie au Canada, en travaillant avec des clients afin de concevoir de nouveaux concepts de vente au détail et en offrant des produits complémentaires.*

Camco et Amana Corporation ont annoncé au début de 2000 qu'elles avaient conclu un accord en vertu duquel Camco devenait le principal distributeur et réparateur de la gamme complète d'électroménagers Amana pour l'ensemble du Canada, à l'exception de la province de l'Ontario. En janvier 2001, Camco et Amana ont modifié cet accord afin que Camco devienne le distributeur exclusif d'Amana pour tout le Canada. Camco et Amana pourront ainsi tirer profit de la synergie engendrée par l'infrastructure nationale de vente, de distribution, de service après-vente et de prise des appels de Camco.

Camco a maintenu sa stratégie qui consiste à investir dans des produits spécialisés destinés au marché nord-américain, bien que ses dépenses dans ce domaine aient été moins élevées en regard des sommes substantielles investies au cours des dernières années. Les dépenses en immobilisations ont atteint 14,0 millions de dollars par rapport à 23,4 millions de dollars lors de l'exercice précédent. En outre, une somme de 10,7 millions de dollars a été affectée à de nouveaux programmes reliés aux produits, à la qualité et à la productivité.

Un dividende de 1,2 million de dollars a été distribué en 2000, en régression comparativement à celui de 3,6 millions de dollars versé en 1999.

Camco gère le risque lié aux fluctuations du taux de change en effectuant un examen périodique de ses engagements nets et en procédant à une utilisation sélective d'une gamme de techniques et d'instruments de couverture. Reportez-vous à la note 17 des états financiers pour une analyse et un examen des instruments financiers de la Société.

### Éléments susceptibles d'influer sur les activités présentes et futures de la Société

1) *Fabriquer des produits qui sont concurrentiels dans les marchés nord-américains, et se procurer auprès des meilleurs fournisseurs mondiaux les produits qu'elle ne fabrique pas.*

En 2000, Camco a expédié des produits dans 24 pays à travers le monde, la majeure partie

de ses ventes étant effectuées à GEA et ses sociétés affiliées. Pour être en mesure de maintenir ses relations et de vendre des produits de façon rentable, Camco doit être concurrentielle dans le marché nord-américain pour ce qui est des prix, de la qualité, des caractéristiques et de la livraison. Deux ententes d'approvisionnementnement à long terme conclues avec GEA permettent à Camco de distribuer sur les marchés nord-américains et mondiaux des produits qu'elle fabrique dans ses usines :

1) L'accord d'approvisionnementnement actuel en sècheses, conclu en mars 1999, viendra à échéance le 31 décembre 2003. En vertu de cet accord, Camco doit fournir certains modèles de sècheses à GEA qui s'est engagée à acheter une quantité minimale garantie de 2,7 millions de sècheses, ce qui représente des ventes d'une valeur supérieure à 600 millions de dollars pendant la durée de cet accord. En 2000, les ventes à l'exportation à GEA ont atteint le niveau record de 879 000 appareils, soit une hausse de 60 % comparativement au volume minimum convenu dans le cadre de cet accord. Toutefois, rien ne garantit que le volume d'exportation se maintiendra au niveau atteint en 2000.

2) En vertu de la deuxième entente, négociée en 1996, Camco doit fournir à GEA jusqu'en 2006 des réfrigérateurs CustomStyle<sup>MC</sup> fabriqués à son usine de Hamilton. Bien que les ventes de ce produit n'aient pas atteint le niveau prévu, GEA a honoré les engagements qu'elle avait pris dans le cadre de cet accord.

de prix, des importations massives effectuées par des importateurs d'électroménagers au cours du 1<sup>er</sup> trimestre, et d'un ralentissement du marché au 4<sup>e</sup> trimestre. Toutefois, les conditions défavorables du marché ont été neutralisées par l'imposition de droits d'importation sur certains modèles de sècheuses, de lave-vaisselle et de réfrigérateurs. Pour la première fois depuis plus de 10 ans, la part de marché de Camco s'est accentuée comparativement à l'exercice précédent. Les répercussions des droits imposés par la Direction des droits antidumping et compensateurs de l'Agence des douanes et du revenu du Canada (ADRC) et la décision rendue par le Tribunal canadien du commerce extérieur (TCCCE) sont abordées en détail plus loin à la section « Plainte de dumping contre Frigidaire et Whirlpool ».

Les résultats comparatifs de 2000 et 1999 sont les suivants (en millions de dollars, sauf les sommes par action) :

Ventes de produits et de services :		1999	2000
		\$	\$
Ventes au pays (y compris les services à la clientèle)		374,1	389,8
Ventes à l'exportation		264,2	307,4
Ventes totales de produits et de services		638,3	697,2
Bénéfice d'exploitation	9,8	23,3	14,1
Bénéfice net de l'exercice	5,5	14,1	0,70
Bénéfice par action	0,28	0,70	7,5 %
Rendement des capitaux propres	37,4 %		

Le bénéfice d'exploitation s'établit à 23,3 millions de dollars, soit une hausse de 13,5 millions de dollars par rapport à l'exercice précédent. Cette hausse du bénéfice s'explique en grande partie

par une marge plus forte découlant d'un volume de ventes supplémentaire, ainsi que par des frais discrétionnaires, de restructuration et de démarrage moins élevés. La rémunération des employés, les matériaux, les fournitures, les services et autres frais ont grimpé de 8,7 %, conséquence des frais liés à un volume de ventes plus élevé. En raison d'un volume plus important d'exportations, Camco a accumulé un excédent de dollars US de 15,0 millions de dollars, comparativement à une utilisation de 19,0 millions de dollars US en 1999. Il s'agit d'ailleurs d'une première dans l'histoire de Camco. Au cours de l'exercice, Camco a investi 1,4 million de dollars dans le commerce électronique. L'une des retombées de cet investissement a été le lancement en juillet du site Web de Camco : [Electromenagerse.ca](http://Electromenagerse.ca)

### Liquidités et ressources en capital

À la fin de l'exercice 2000, l'encaisse de Camco se chiffrait à 13,8 millions de dollars, comparativement à 26,7 millions de dollars en 1999. La Société s'est servie de l'encaisse pour réduire sa dette de 13,3 millions de dollars, si bien qu'à la fin de l'exercice, son endettement atteignait 14,9 millions de dollars, contre 28,2 millions de dollars à la fin de l'exercice précédent.

La Société a réduit la valeur des créances vendues en vertu de l'entente de titrisation des comptes clients, laquelle est passée de 60,0 millions de dollars à 55,0 millions de dollars. La valeur des débiteurs a augmenté de 1,3 million de dollars comparativement à l'exercice précédent, des efforts de recouvrement plus marqués ayant permis de compenser la diminution des créances vendues.



# www. Electromenagerse .ca

Facile à consulter, le nouveau  
site Web de Canco regorge  
de renseignements pour les  
consommateurs.

Canco  
Member of  
the  
CIBC Group

Bringing things to life.

# commentaires et analyse de la direction

## Faits saillants de l'exercice

Les principales réalisations de 2000 sont

les suivantes :

• Ventes nettes de 697,2 millions de dollars,

surpassant les ventes record de 638,3 millions de

dollars enregistrées l'an dernier

• Hausse de 16 % des ventes à l'exportation qui

s'établissent à 307,4 millions de dollars, un sommet

dans l'histoire de Camco

• Investissements soutenus totalisant 24,7 millions de

dollars dans de nouveaux produits et des programmes

de qualité et de productivité

## Résultats d'exploitation

Se chiffrant à 697,2 millions de dollars en 2000,

les ventes de produits et de services ont dépassé

le niveau record de 638,3 millions de dollars atteint

l'an dernier. La croissance des ventes a contribué

à faire passer le bénéfice net de Camco de 5,5

millions de dollars lors de l'exercice précédent à

14,1 millions de dollars en 2000. Le bénéfice a subi

l'influence favorable des répercussions après impôts

de 4,2 millions de dollars découlant du volume accru

de ventes, des frais de démarrage non périodiques

de 2,5 millions de dollars (4,1 millions de dollars

avant impôts) reliés au réfrigérateur CustomStyle<sup>MC</sup>

en 1999, et les autres charges de 1,9 million de

dollars qui ont été moins élevées.

Comme elle exerce principalement ses activités dans le marché nord-américain, la Société doit fabriquer et vendre des produits qui sont concurrentiels au chapitre des prix, de la qualité et des caractéristiques si elle désire connaître du succès dans ce secteur d'activités où la compétitivité est grande. En 2000, le secteur canadien de l'électroménager a connu une modeste croissance de 0,5 % après la forte

progression de 8,7 % enregistrée en 1999. À

en juger par le nombre d'appareils vendus, les

expéditions d'électroménagers de base ont regagné

de 0,5 % en 2000 selon les données fournies

par l'Association canadienne des fabricants de

gros appareils ménagers, comparativement à une

croissance de 8,7 % en 1999. La croissance du

secteur des entrepreneurs/promoteurs a connu une

hausse de 6,2 %, contre 8,7 % en 1999. Selon les

données fournies par l'Association of Home Appliance

Manufacturers, les expéditions d'électroménagers de

base dans le secteur américain de l'électroménager,

exprimées en appareils vendus, ont grimpé de 1,9 %

en 2000, en regard d'une augmentation de 7,8 %

en 1999.

Les ventes à l'exportation de Camco sont

principalement effectuées à son client le plus

important, à savoir la division des électroménagers

de la General Electric Company (GEA). Les ventes

de sécheuses, de lave-vaisselle et des réfrigérateurs

CustomStyle<sup>MC</sup> et Handi-Hite<sup>MC</sup> s'élèvent à 307,4

millions de dollars, un sommet dans l'histoire

de l'entreprise. Il s'agit d'un bond de 16 %

comparativement aux ventes de 264,2 millions

de dollars compliées en 1999. Les exportations

comptent maintenant pour 44 % des ventes totales

de Camco, comparativement à 41 % au cours de

l'exercice précédent.

Malgré le recul qu'a connu le secteur canadien

de l'électroménager, les ventes au pays

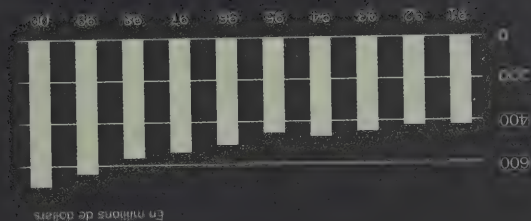
d'électroménagers et de services à la clientèle de

Camco ont progressé, passant de 374,1 millions de

dollars en 1999 à 389,8 millions de dollars en 2000.

Les ventes d'électroménagers de Camco au Canada

ont grimpé de 4 % en dépit des réductions continues



En millions de dollars

Des ventes record en 2000 pour  
couronner une décennie marquée  
par une croissance constante du  
chiffre d'affaires.

# ventes nettes facturées

## Défis

Le secteur de l'électroménager nous réserve inlassablement de nouveaux défis. Camco est présentement confrontée à une incertitude en ce qui concerne la production de certains réfrigérateurs à compartiments superposés à Hamilton en raison de l'adoption imminente de normes par Ressources naturelles Canada.

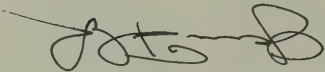
Dans le but de devenir un chef de file dans la conservation de l'énergie, nous participons au Programme d'économie d'énergie dans l'industrie canadienne (parrainé par Ressources naturelles Canada). Par conséquent, Camco devra se fixer des objectifs à long terme en matière d'efficacité énergétique afin de réduire l'émission de gaz à effet de serre, tout en améliorant la compétitivité de ses coûts. Nous nous sommes engagés également à améliorer dans toutes nos installations notre rendement au chapitre de la sécurité. Nous avons adopté en 2000 un programme rigoureux comportant de nouvelles initiatives de santé et de sécurité et nous concentrerons sans relâche notre attention sur l'amélioration de notre rendement dans ce domaine.

Enfin, il est peu probable que nous bénéficions d'un « vent économique favorable » dans les marchés américain et canadien, comme ce fut le cas en 2000. Le mandat de notre équipe de direction consiste à mettre à profit les points forts de notre Société – des marques et des produits sensationnels, des modèles de gestion de pointe et un accent indéfectible sur les coûts – afin de connaître du succès malgré ce contexte difficile.

## Rapidité, simplicité et confiance en soi


Le personnel représente le lien qui unit toutes ces initiatives. Lorsqu'on leur fournit l'environnement approprié, les employés peuvent obtenir des résultats extraordinaires. « Rapidité, simplicité et confiance en soi » n'est pas un slogan vide de sens chez Camco. Nos équipes ont le pouvoir d'agir rapidement, de prendre des décisions et d'assumer les responsabilités qui en découlent. Dans un milieu où le rythme est très trépidant, il n'y a pas de place pour les spectateurs ou les critiques. Nous devons considérer les changements comme autant d'occasions de gagner, et non comme des menaces. Nous devons nous lever chaque jour pleins d'énergie et prêts à nous porter à l'offensive, que notre tâche consiste à vendre plus ou à dépenser moins. De cette façon, Camco connaîtra non seulement du succès dans le marché, mais elle offrira également un milieu de travail vivifiant et stimulant.

Nous vous remercions de votre appui en 2000 et espérons que nous connaîtrons ensemble un avenir exaltant.



James R. Fleck

Président et directeur général



Charles H. Hantcho

Président du Conseil





se retrouve en bonne posture dans ces domaines. GE constitue l'une des marques les plus reconnues et réputées dans le monde entier. Grâce à notre structure nationale de vente, de logistique et de service après-vente, nous sommes en mesure de rejoindre les marchands et les consommateurs et de leur offrir des produits et services de grande valeur.

### Nouveaux modèles de gestion

Camco élabore de nouveaux modèles de gestion avec des marchands, des clients nationaux et des entrepreneurs à travers le Canada. Nous pouvons économiser de l'argent, gagner du temps et améliorer la disponibilité des produits en reliant nos clients directement à nos systèmes de technologie de l'information. Nous pouvons nous servir de nos sites Web pour renseigner les consommateurs au début de leur processus d'achat, tout en aidant les conseillers à conclure des ventes en magasin. Nous pouvons mettre à profit la force de notre Centre d'appels entièrement bilingue de Moncton pour soutenir et humaniser nos processus en ligne. Et nous pouvons également offrir aux consommateurs l'un des meilleurs services après-vente dans le domaine puisque nous comptons sur une équipe nationale de Techniciens formés à l'usine.

**Productivité électronique**

Nous avons également l'extraordinaire occasion d'accroître la productivité de Camco en ayant recours à différents «outils électroniques». Nous avons lancé un certain nombre d'initiatives afin d'informatiser chez Camco des processus de faible valeur reposant uniquement sur des documents imprimés. Très souvent, nous retirons un triple avantage de cette informatisation – nous réduisons les coûts, écourtons les durées de cycle et augmentons la précision.

### Nouveaux produits

Ces initiatives englobent divers projets, depuis les transactions des fournisseurs jusqu'aux procédures internes des usines, en passant par nos interactions avec notre clientèle.

Si les procédures commerciales sont d'une importance vitale pour Camco, dans le secteur de l'électroménager, la «réussite passe par les produits». L'important succès remporté par les réfrigérateurs Handi-Hite<sup>MC</sup> de Camco se poursuivra cette année avec le lancement de la troisième génération, c'est-à-dire des modèles Handi-Hite<sup>MC</sup> conformes aux nouvelles normes énergétiques du ministère de l'Énergie des É.-U. Nous avons profité de la nécessité d'investir dans la réduction de la consommation d'énergie pour redessiner ce produit. Le nouveau modèle Handi-Hite<sup>MC</sup> présente de nombreuses caractéristiques et améliorations qui enchaineront les consommateurs canadiens et américains.

En novembre 2000, nous avons annoncé un investissement de 3 millions de dollars dans nos installations de Montréal afin de fabriquer une nouvelle génération de lave-vaisselle haut de gamme. Nous prévoyons que ce sensationnel produit suscitera de fortes ventes au Canada. Pour terminer, notre Plan de produits multi-génération pour les sècheuses promet de nouvelles caractéristiques importantes pour poursuivre sur la lancée amorcée par le modèle «Wizard». Nous prenons très au sérieux notre rôle de fournisseur de premier plan de sècheuses en Amérique du Nord et nous mettrons en place toutes les ressources nécessaires afin de demeurer le chef de file en matière de technologie, de caractéristiques, de qualité et de coûts.

## Ventes et service après-vente au Canada

Nous sommes fiers du rendement que nous avons offert en 2000 dans le marché canadien – en dépit d'un marché stagnant, nous avons augmenté nos ventes de 4,3 %. Cette croissance s'explique par des produits sensationnels, des ventes bien ciblées, une solide équipe de marketing et de service après-vente, et surtout le rétablissement de règles du jeu uniformes au pays. Comme l'ont démontré les conclusions du Tribunal canadien du commerce extérieur, Camco a subi des préjudices en raison des tactiques déloyales adoptées par des importateurs d'électroménagers qui vendaient au Canada des produits à un prix beaucoup plus bas que celui pratiqué aux É.-U. et, dans certains cas, à un prix inférieur à leur coût. Peu après l'imposition de droits provisoires en juin, Camco a connu une croissance de ses ventes de sècheuses, de lave-vaisselle et de réfrigérateurs, si bien qu'à la fin de l'année, nous avions récupéré notre part dans la plupart des segments de marché.

Nous avons également réalisé d'énormes progrès dans l'élaboration de nouveaux modèles de gestion pour la vente d'électroménagers. En 2000, nous avons mis à l'essai un programme de vente d'électroménagers chez Home Depot reposant sur un modèle de distribution qui réduit considérablement les coûts reliés au cycle commande-livraison. Nous avons aussi poursuivi l'ouverture de « Centres d'électroménagers GE » en établissant des partenariats avec d'importants marchands indépendants à travers le Canada. C'est vraiment en 2000 que Camco a commencé à tirer profit de l'inestimable valeur de la marque GE dans ses stratégies de vente et de marketing sur Internet. Nous avons lancé le site Web « PartsNet » qui permet

## Amana

À la fin de décembre, nous avons conclu un accord en vertu duquel nous devenons le distributeur national des électroménagers Amana au Canada. Nous avons établi des relations avec Amana plus tôt pendant l'année en agissant à titre de distributeur régional au Québec, dans les Maritimes et dans l'Ouest du Canada. Grâce à cet accord bénéfique aux deux parties, Amana dispose de ressources unifiées en matière de vente nationale, de distribution et de service après-vente. Pour Camco, cet accord démontre notre aptitude à tirer profit de notre imposante infrastructure canadienne qui nous permet de soutenir des gammes de produits nouvelles et complémentaires.

## Ce n'est que le début

Nos réalisations donnent un aperçu de l'avenir qui nous attend. L'an dernier, on a beaucoup parlé de l'importance de jouer gagnant dans la nouvelle économie. Il n'a jamais été aussi capital de posséder des marques de renom ou des systèmes efficaces pour l'exécution des commandes. Le service après-vente – compter sur des employés compétents lorsque les consommateurs ont besoin d'eux – revêt également une importance vitale. Or, Camco

# rapport aux actionnaires

## À tous nos actionnaires

2000 aura été une année très stimulante pour Camco puisque nous avons réalisé d'importants progrès dans plusieurs secteurs clés de l'entreprise – la production destinée à l'exportation, ainsi que les ventes et le service après-vente au Canada. Nos ventes se

chiffrent à 697 millions de dollars, en hausse de 9 %, tandis que le bénéfice net s'établit à 14,1 millions de dollars, ce qui représente un bond de 154 %. Nous

avons augmenté notre part de marché au Canada, en plus de devenir un fournisseur encore plus important pour GE Appliances des É.-U. En août 2000, le

Tribunal canadien du commerce extérieur a rendu sa décision et imposé des droits compensateurs sur

certaines modèles de sècheuses, de lave-vaisselle et de réfrigérateurs importés au Canada en provenance des É.-U. et faisant l'objet de pratiques commerciales

déloyales. Cette décision a eu pour effet de rétablir des règles du jeu uniformes au Canada pour au

moins les cinq prochaines années. En 2000, nous avons également lancé de nouveaux sites Web, le plus

important étant le site Electromenagerse.ca qui est rapidement devenu l'un de nos outils de marketing les plus efficaces auprès des consommateurs. Tous

ces facteurs, en plus de l'accent dynamique que nous mettons sur la gestion des coûts dans la Société, ont jeté les fondations d'un solide rendement financier.

## Production destinée à l'exportation

Notre usine de Montréal a une fois de plus connu une année record au chapitre de la production, grâce à l'exportation de sècheuses et de lave-vaisselle à GE Appliances (GEA). Notre part des sècheuses GE a poursuivi sa croissance dans le marché américain, le volume de ventes étant beaucoup plus important que celui auquel GEA s'était engagée par contrat. Le succès de l'usine de Montréal repose sur une qualité

de catégorie mondiale que permettent d'obtenir les outils et la rigueur de la méthodologie Six sigma – en 2000, nos sècheuses ont nécessité si peu d'appels de service aux États-Unis que Camco a mérité une «remise sur la qualité» de GEA. Nous avons également continué d'innover. Au troisième trimestre, nous avons lancé la sècheuse «Wizard», la première sècheuse électronique fabriquée par Camco et qui a été jumelée à la laveuse électronique «Wizard» produite par GEA. Ces produits établissent une nouvelle norme en matière de qualité et d'entretien des vêtements. D'ailleurs, pour démontrer leur remarquable fiabilité, GEA a décidé d'offrir une garantie de 10 ans sur la laveuse et la sècheuse, un précédent dans le secteur de l'électroménager.

L'usine de Hamilton a connu une année plus difficile. Le fait saillant de l'année est la croissance qu'ont

connu nos ventes de réfrigérateurs Handi-Hite<sup>MC</sup> de 18 pi<sup>3</sup> au Canada et aux É.-U. Ce réfrigérateur innovateur avec congélateur au bas, le premier du

genre dans cette catégorie de capacité et le premier à être doté d'un compartiment congélateur coulissant, est devenu le produit le plus exporté jamais fabriqué à Hamilton. Nos ventes de réfrigérateurs CustomStyle<sup>MC</sup>

ont encore une fois été décevantes aux É.-U., en raison d'une diminution importante du prix des réfrigérateurs haut de gamme. En ce qui concerne l'avenir, nous

avons investi en 2000 quelque 1,1 millions de dollars à Hamilton (et prévoyons investir une somme supplémentaire de 5 millions de dollars en 2001)

en vue de rendre nos plateformes de réfrigérateurs exportés conformes aux normes du ministère de l'Énergie des É.-U., qui entreront en vigueur le 1<sup>er</sup>

juillet 2001. Ces normes exigent une réduction de 30 % de la consommation d'énergie.



# sommaire de l'exploitation

Revue quadriennale (1997 - 2000)  
(en milliers de dollars, sauf les sommes par action)

	2000	1999	1998	1997
<b>Exploitation</b>				
Ventes de produits et de services	697 196	638 336	565 305	539 791
Bénéfice pour l'exercice	14 091	5 544	8 979	8 063
Pourcentage des ventes	2,0 %	0,9 %	1,6 %	1,5 %
Bénéfice par action	0,70	0,28	0,45	0,40
Rendement des capitaux propres	39,1 %	7,2 %	11,9 %	11,6 %
Dividendes	1 200	3 600	3 200	1 000
Dividendes par action	0,06	0,18	0,16	0,05
<b>Bilan</b>				
Fonds de roulement	(12 808)	(8 441)	(9 233)	5 445
Immobilisations	91 929	94 004	85 314	68 601
Capitaux propres				
Capital	37 442	37 442	37 442	37 442
Bénéfices non répartis	(1 376)	39 743	37 799	32 020
Nombre d'actions en circulation	36 066	77 185	75 241	69 462
(en milliers)				
20 000		20 000	20 000	20 000
Valeur comptable par action	1,80	3,86	3,76	3,47

## la société

Depuis son incorporation en 1977, Camco Inc. est devenue le plus important fabricant, distributeur, exportateur et réparateur d'électroménagers du Canada.

Camco possède des installations manufacturières à Hamilton (Ontario) et à Montréal (Québec) où elle fabrique, des cuisinières, des réfrigérateurs, des lave-vaisselle et des sècheuses. Elle dispose également d'un réseau de service après-vente, administré par notre Centre de service à la clientèle de Moncton (Nouveau-Brunswick), regroupant des Techniciens formés à l'usine qui assurent un service de réparation à domicile au Canada d'un océan à l'autre.



marques

produits

canaux de distribution

buts, visés

GE Monogram<sup>MC</sup>

GE Profile<sup>MC</sup>

GE<sup>MC</sup>

Hotpoint<sup>MC</sup>

Moffat<sup>MC</sup>

McClary<sup>MC</sup>

Amana<sup>MC</sup>

Marques de distributeur

Réfrigérateurs

Produits de cuisson

Lave-vaisselle

Laveuses

Sécheuses

Fours à micro-ondes

Services de réparation

à domicile

Garanties prolongées sur  
les électroménagers

Pièces d'électroménagers

Exportation/fabrication

Détaillants nationaux

Magasins régionaux de

grandes chaînes

Détaillants indépendants

Entrepreneurs résidentiels

Fabrication

d'électroménagers destinés  
aux créniaux spécialisés du

marché nord-américain

Distribution de la gamme

complète d'électroménagers

au Canada

Services de réparation

à domicile

RAPPORT ANNUEL DE 2000

**camco**